

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO ESPECIALIZAÇÃO EM MODELAGEM DO
VESTUÁRIO

TATIANA ANSELMO FERREIRA ZANATTA

MODELAGEM INFANTIL: DIFICULDADES ANTROPOMÉTRICAS ATUAIS

CRICIÚMA

2014

TATIANA ANSELMO FERREIRA ZANATTA

MODELAGEM INFANTIL: DIFICULDADES ANTROPOMÉTRICAS ATUAIS

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Pós Graduação no curso de Modelagem do Vestuário da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.^a Jacqueline Keller, Dra.

CRICIÚMA

2014

Dedico este trabalho a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a elaboração do mesmo, bem como para a difusão da área de modelagem.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha mãe, em seguida, às minhas irmãs e aos meus irmãos que sempre estiveram ao meu lado e sempre me apoiaram a cada novo projeto.

Agradeço a meu marido e as minhas filhas, Marina e Alice, que foram as minhas inspirações para o trabalho.

Agradeço a minha orientadora Jacqueline, que me deu o ponto certo de orientação.

Gostaria também de agradecer a todos que de uma maneira ou outra contribuíram para a finalização desta monografia e principalmente à minha Irmã Juliana que não poupou esforços para me ajudar, ficando com as minhas meninas quando necessitei.

E, por fim, não posso esquecer-me de agradecer a Deus, nas horas em que a cabeça já não pensava mais, era a ti que chamava!

RESUMO

No contexto histórico da modelagem infantil, a moda infantil foi durante muito tempo desconhecida; durante muito tempo ela era vista como um adulto em miniatura. Posteriormente é que as roupas infantis passaram a ser compatíveis com o tamanho e a idade, respeitando a formação corporal e psicológica da criança, além de ser divertida e saudável. Assim, a roupa infantil passou a ter como função ser um diferencial no desenvolvimento das crianças; contribuindo para a formação de novos consumidores. Neste sentido, este trabalho procurou contextualizar através de bibliografias a questão da modelagem infantil e suas dificuldades antropométricas atuais, pois é fato que as crianças hoje, apresentam tamanhos maiores do que realmente tem em idade, o que indica o estudo da antropometria como base para o desenvolvimento de peças que se adequem melhor a este público, tornando-se de extrema relevância. A metodologia deste foi desenvolvida através de pesquisa bibliográfica; pesquisa de campo com pais de meninas com idades entre 8 e 12 anos, objetivando estabelecer um estudo comparativo sobre as atuais necessidades dos mesmos.

Palavras-chaves: Modelagem; Vestuário Infantil; Antropometria.

ABSTRACT

In the historical context of child modeling, children's fashion has long been known; for a long time it was seen as a miniature adult. Later that the children's clothing shall be compatible with the size and age, respecting the body and psychological development of children , in addition to being fun and healthy. Thus, infant clothes with function to make a difference in children's development; contributing to the formation of new consumers. Thus, this study sought to contextualize literature through the issue of child anthropometric modeling and its current difficulties, it is a fact that children today have higher than it has in years sizes, which indicates the study of anthropometry as a basis for development of parts that fit best with this population, it is of utmost importance. The methodology of this was developed through a literature review; field research with parents of girls aged 8 and 12 years, aiming to establish a comparative study on the current needs of the same .

Keywords: Modeling; Children's Clothing; Anthropometry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Memorial - História Social da Infância.....	15
Figura 02 - História da infância na Idade Média.....	16
Figura 03 - Sagrada Família representada em ambiente popular típico do.....	18
Figura 04 - Diferença entre as brincadeiras antigas.....	18
Figura 05 - Criança vestindo túnica.....	19
Figura 06 - A indumentária infantil no Período Renascentista	20
Figura 07 - Tela Les enfants Habert de Montmor, pintada por Philippe de Champaigne.....	21
Figura 08 - Figura do ano de 1602.....	21
Figura 09 - Figura do ano de 1770.....	22
Figura 10 - Figura do ano de 1775.....	23
Figura 11 - Figura do ano de 1795.....	23
Figura 12 - Olga (no colo da mãe) com os irmãos	24
Figura 13 - 1782 as crianças Graham, de Willian Hogarth.....	25
Figura 14 - Saias dos casacos cortadas na frente a partir da cintura.....	25
Figura 15 - Figura do ano de 1913.....	27
Figura 16 - Figura do ano de 1913.....	27
Figura 17 - Figura do ano de 1902.....	28
Figura 18 - Vestuário infantil pós Primeira Guerra Mundial.....	29
Figura 19 - Figura do ano de 1934.....	29
Figura 20 - Figura do ano de 1934.....	30
Figura 21 - Figura do ano de 1949.....	30
Figura 22 - Figura do ano de 1941	31
Figura 23 - Hoja de revista : moda infantil anos 50 : Magia de Cores	31
Figura 24 - Figura do ano de 1950.....	32
Figura 25 - Hoja de Revista : moda infantil anos 50 : Em El parque	32
Figura 26 - Figura dos anos de 1960	33
Figura 27 - Figura dos anos de 1960	33
Figura 28 - Vestidos com estampas psicodélicas e calças boca de sino para as crianças.....	34

Figura 29 - Xou da Xuxa	35
Figura 30 - Xou da Xuxa	35
Figura 31 - Figura dos anos de 1990	36
Figura 32 - Tipos de corpos.....	40
Figura 33 - Fases da anatomia infantil	42
Figura 34 - Nova etiqueta segundo a ABNT	43
Figura 35 - A nova padronização	44
Figura 36 - Meninas de 12 anos.....	47
Figura 37: Meninas de novela	48
Figura 38 - Bonecas Monster High.....	49
Figura 39 - Meninas vestidas de Monster High	50
Figura 40 - Semana da criança: roupa infantil e moda.....	51
Figura 41 - Conjunto menino <i>mix</i> de estampas Petistil loja do Center Norte	53
Figura 42 - Conjunto infantil menina Tye-Dye laranja Petistil loja do Center Norte ...	53
Figura 43 - Conjunto Paetê preto e Paetê dourado com rosa ambos Petistil loja do Shopping Center Norte.....	54
Figura 44 - Conjunto menina com renda Petistil loja do Center Norte.....	54
Figura 45 - Bata com short menina da Petistil loja do Shopping Center Norte.....	55
Figura 46 - Looks coloridos e transparentes	56
Figura 47 – A aposta em roupas com babados e modernas.....	57
Figura 48 - O preto e branco	58
Figura 49 - Duda Bündchen	59
Figura 50 - Coleção Verão 2014 da Hering Kids.....	60

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Grau de Escolaridade dos Pais	64
Gráfico 2 - Idade das meninas	65
Gráfico 3 - Altura das crianças	65
Gráfico 4 - Peso das crianças	66
Gráfico 5 - Tamanho do Manequim.....	66
Gráfico 6 - Periodicidade de compras	67
Gráfico 7 – Tipos de roupas	67
Gráfico 8 - Dificuldades de aquisição de roupas para meninas de 8 a 12 anos.....	68
Gráfico 9: Diferenças de tamanhos entre as marcas infantis	68
Gráfico 10: Sanar problema	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 OBJETIVO GERAL	13
1.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO	13
1.3 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA	15
2.1 INFÂNCIA	15
2.2 MODA INFANTIL	19
2.2.1 UMA PEQUENA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO SÉCULO XIX	19
2.2.2 MODA INFANTIL SÉCULO XX	26
2.3 MODELAGEM – PRINCIPAIS CONCEITOS E PROCEDIMENTOS	37
2.4 ERGONOMIA	38
2.5 ANTROPOMETRIA NA ERGONOMIA	39
2.6 ANTROPOMETRIA E ERGONOMIA NO CORPO INFANTIL	41
2.7 PÚBLICO INFANTIL	44
2.7.1 MERCADO E CONSUMO	45
2.7.2 AS MEDIDAS DAS MENINAS	47
2.7.3 PERFIL DO PÚBLICO ALVO	49
2.7.4 VESTUÁRIO INFANTIL	51
2.7.5 TENDÊNCIAS DA MODA INFANTIL	52
2.7.5.1 <i>Mix de estampas</i>	53
2.7.5.2 <i>Tie – Dye</i>	53
2.7.5.3 <i>Brilho e paetês</i>	54
2.7.5.4 <i>Rendas</i>	54
2.7.5.5 <i>Cores, muitas cores</i>	55
2.8 MARCAS INFANTIS	55
2.8.1 LILICA RIPILICA	56
2.8.2 BRANDILI	57
2.8.3 HERING KIDS	59
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	62

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	62
3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	63
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	63
3.4 FORMA E ANÁLISE DOS DADOS	63
4 RESULTADOS.....	64
4.1 RESULTADOS DA PESQUISA.....	64
4.2 SÍNTESE DA PESQUISA.....	71
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS.....	76
APÊNDICE.....	88

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por finalidade buscar teorias através de bibliografias e práticas de desenvolvimento utilizando-se de questionário para obtenção de dados sobre os tamanhos das meninas atuais de 8 a 12 anos, que apresentam maiores em porte do que há alguns anos, e as marcas infantis não estão acompanhadas estas mudanças. O tema do projeto fará uma abordagem das características das meninas e da moda de antigamente comparando com as novas características das meninas e designers de moda do vestuário infantil atual.

As roupas infantis devem ser compatíveis com o tamanho e a idade, respeitando a formação corporal e psicológica e de preferência que tenham apelo lúdico. Sendo assim, considerando que grande parte das marcas destinadas às crianças não estão se adaptando às novas formas antropométricas das crianças, principalmente em relação às meninas na pré-adolescência.

Para elaboração do conteúdo serão estabelecidos neste trabalho, os seguintes passos: contextualizar bibliograficamente sobre o tema e a pesquisa campo através de questionário aleatório aos pais das meninas: estabelecer um comparativo entre o tamanho da menina e o manequim das roupas infantis: apontar as dificuldades de achar roupas adequadas para as idades das meninas.

1.1 PROBLEMA

No contexto histórico, a moda infantil passou quase toda desconhecida, sendo apenas um período de transição, logo ultrapassada e esquecida, só foi observada no século XVI ,quando a criança passa a ser olhada como um ser, não mais com um adulto em miniatura, porém apenas no século XXI, tem seu devido valor (ARIÉS, 1986).

A modelagem infantil evoluiu durante os séculos, submetendo-se a sensíveis modificações. Hoje o vestuário infantil está mais lúdico e existe uma preocupação com o bem estar, a saúde da criança, com a tendência e o seu desejo, porém a roupa não está de acordo com a idade, a criança veste o tamanho que cabe. As crianças hoje apresentam estrutura física com tamanho maior do que nos

últimos tempos, isto devido à melhora na nutrição, da higiene, condições de habitação e saneamento básico, acesso aos serviços de saúde (NEGRI, 2002).

A qualidade de vida das crianças melhorou isso reflete no seu peso e estatura com isso alterando a curva da idade, muito usado no passado e ainda usado em clínicas pediátricas. (MIRANDA, 2013)

No entanto, a indústria do vestuário infantil ainda não está de acordo com os novos padrões de medida, onde as crianças já não são mais tão pequenas como antigamente, por exemplo, o caso de meninas com idade entre 8 a 12 anos cujas roupas encontradas no mercado, não servem e são obrigadas a buscarem por numeração maior e por consequência, acabam por ter dificuldades relativas à modelagem de tais tamanhos, necessitando ser adaptadas por costureiras no pós compra. Isso é reflexo do mercado que continua utilizando a tabela de medidas de anos atrás.

Roupas infantis são elaboradas para crianças brincarem, movimentarem-se, sendo assim, como uma menina vai poder brincar com uma roupa que não foi projetada para ela exercer este direito e que não foi projetada para tal finalidade?

1.2 OBJETIVOS

Nesta parte é descrita a finalidade deste projeto, e como este objetivo será alcançado. A seguir encontram-se os objetivos geral e específicos.

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver pesquisa sobre as dificuldades antropométricas encontradas na modelagem infantil para o público-alvo meninas com idade entre 8 a 12 anos.

1.2.2 Objetivo específico

- Levantar através de pesquisa bibliográfica a evolução da modelagem infantil através dos tempos, a fim de observar as principais mudanças que ocorreram.

- Pesquisar o público-alvo em questão a fim de descobrir quais as principais dificuldades que o mesmo enfrenta.
- Identificar junto ao mercado algumas marcas infantis e observar a modelagem oferecida a fim de identificar como ela é desenvolvida.
- Identificar quais tabelas de medidas são utilizadas e quais as bases que as construíram, a fim de entender como são aplicadas pelas empresas de confecção.
- Analisar os dados levantados e descrever os resultados.

1.3 JUSTIFICATIVA

A modelagem infantil surgiu para proporcionar conforto e liberdade aos movimentos das crianças e deve adequar-se ao desenvolvimento físico, sua personalidade e as atividades praticadas por elas. Roupas certas contribuem para a formação do seu caráter e encorajam seu acesso à cooperação e responsabilidade (ARAÚJO, 1996).

As crianças precisam de roupas confortáveis, que permitam: andar, correr, pular e brincar. Se as roupas não estiverem de acordo podem oferecer alguns danos à saúde, como má postura, reações alérgicas, má circulação causada por roupas apertadas, de transpiração por tecidos com má condutibilidade de calor, problemas psicológicos pela imposição dos pais ao fazer a criança usar roupas desconfortáveis e inadequadas, entre outros (BARBOSA, 2007).

As marcas infantis não estão adaptadas à modelagem para as novas gerações, onde as meninas com idade entre 8 a 12 anos estão maiores e não fazem mais parte dos padrões anteriores. Hoje, uma menina de 8 anos está vestindo tamanho maior do que habitualmente seria para esta idade.

O ideal para o mercado, é que fossem revistos estes padrões e desenvolvida uma análise nas tabelas de medidas, para que estas se adequem aos novos padrões físicos das crianças.

A infância é um período que deve ser vivido com alegria, felicidade e, principalmente, com liberdade e, a liberdade de movimentos é o principal fator para um bom desenvolvimento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na sequência apresenta-se a fundamentação teórica que compõe-se dos seguintes temas: Infância, Moda Infantil, Modelagem, Ergonomia, Antropometria e Ergonomia, Antropometria e Ergonomia no corpo infantil, Público Infantil e Marcas Infantis. Sendo que a mesma foi desenvolvida através de pesquisas em livros, artigos, sites e publicações com o objetivo de interpretar e analisar as teorias já publicadas e dando fundamento ao tema escolhido.

2.1 INFÂNCIA

A infância sempre existiu independentemente das opiniões que se tinham delas. O relato histórico de Aries (1981) destacou que, na Idade Média, as crianças eram comparadas com seres biológicos, sem estatuto social, nem autonomia. Na modernidade a ideia contemporânea de infância, tem como principal berço à escola e a família, onde a vida das crianças na sociedade tem algumas normas e prescrições, tais como: a delimitação de lugares, tipos de alimentação, horas de aceite e recusa da criança na participação coletiva (SARMENTO, 2003, p.4). Na figura 01, reflete-se a ausência do sentido de infância, até o fim da Idade Média.

Figura 01- Memorial - História Social da Infância



Fonte: Blog portfoliodamonalisa (2013)

Até o final do século XIV, de acordo com Postman (1999), as crianças não eram nem mencionadas em legados e testamentos, devido à alta taxa de mortalidade infantil, pois os adultos não esperavam que elas sobrevivessem muito tempo e por isso, procuravam não ter um envolvimento emocional com as mesmas. Além disso, as pinturas retratavam as crianças como adultos em miniatura, pois à medida que deixavam de usar cueiros, se vestiam igual aos homens e mulheres de sua classe social. Dessa forma, afirma o autor, no mundo medieval, o conceito de infância não existiu devido, dentre outros fatores, a falta de conceito de educação e de pudor, pois tudo era permitido na presença delas. Na Figura 2 apresenta-se a falta de respeito pela infância.

Figura 02 - História da infância na Idade Média



Fonte: Site Klika.me (2013)

Historicamente, a infância passou por várias mudanças e ainda estão em contínua mudança. A socialização da criança sempre foi motivo de discussões nos círculos acadêmicos, pedagógicos e familiares constituídos na Modernidade (MULLER,2004). James e Proust (1997, p. 12) argumentam que a “construção científica da irracionalidade, natureza e universalidade da infância no discurso psicológico esteve amplamente articulada com o pensamento sociológico tradicional sobre as teorias da socialização”.

Que olhar das crianças permite revelar fenômenos sociais que o olhar dos adultos deixa na penumbra ou obscurece totalmente. Assim, interpretar as

representações sociais das crianças pode ser não apenas um meio de acesso à infância como categoria social, mas às próprias estruturas e dinâmicas sociais que são desocultadas no discurso. (PINTO E SARMENTO, 1997, p.25).

A criança nos séculos passados não era tratada como sujeitos com especificidades próprias, eram consideradas miniaturas de adultos, pois, trabalhavam, comiam, andavam e dormiam em meio aos adultos. No final do século XIX, uma ordem médica trouxe um novo conceito de infância para o Brasil, criança é percebida fragilidade e ingenuidade pelos higienistas (BARBOSA, 2007). Na sociedade contemporânea, a criança é incapaz de viver sozinha num mundo que está cheio de perigo; a criança é proibida de participação social efetiva sob o pretexto de que necessita de proteção, o que comprova o pensamento paternalista que compara as crianças como “homúnculos”, ou seres humanos em miniatura desprovidos de especificidade própria e originalidade. Tal teoria retira das crianças o “estatuto de autores sociais” para destinar-lhes a exclusiva função de destinatários as medidas protetoras os adultos, “os quais são tidos como inerentemente sábios racionais e maduros” (PINTO & SARMENTO, 1997, p.20).

A primeira instituição que a criança conhece é a família, que é à base de seu desenvolvimento, onde elas aprendem a sobreviver na selva chamada de mundo. O berço da família é o lugar mais seguro para que este pequeno indivíduo se acostume com o mundo. A infância usada no plural – infâncias- constantemente sofre modificações, isto se deve pela administração simbólica da infância, que assumiu novos instrumentos reguladores com a convenção dos direitos da criança e com as normas e agências internacionais configuradora de uma infância global (SARMENTO, 2003). A Figura 3 demonstra o novo conceito chamado de família, porto seguro das crianças.

Figura 03 - Sagrada Família representada em ambiente popular típico do fim da Idade Média, em Flandres



Fonte: Oliveira (2013)

Cardoso (2011) diz que o “Estatuto da Criança e do Adolescente” (ECA), Lei Federal No. 8069-90 afirma que a infância, é compreendida como um período que vai de 0 a 12 anos incompleto, mas segundo Sarat (2005), a infância é mais que um período biológico de vida, sendo “[...] uma construção histórica, social e cultural determinada pela organização da sociedade nas diferentes épocas.” (SARAT, 2005, p. 13). A figura 04 expõe a imagem de crianças usando um traje mais curto.

Figura 04 - Diferença entre as brincadeiras antigas



Fonte: Johan Terapeuta, (2013)

A infância hoje é diferente de ontem e será outra amanhã, ela passou por varias mudanças no decorrer da historia e a moda infantil também. Na sequência uma pequena abordagem das mudanças que ocorreram na moda infantil na passagem do tempo.

2.2 MODA INFANTIL

As roupas, assim como tudo o que foi desenvolvido pela sociedade, passou por varias transformações, isto também ocorreu com a moda infantil. A seguir um pequeno relato sobre historia da moda infantil.

2.2.1 Uma Pequena Evolução Histórica do Século XIX

As crianças no primeiro ano de vida eram enroladas dos pés a cabeça para manterem o corpo aquecido e sustentar a coluna. Depois, de um a cinco anos, tanto menino ou menina usavam túnicas simples com fendas laterais, nas cores: preta, vermelha e marrom. Com o tempo a túnica quase monástica, recebeu modificações, ficou totalmente abotoada. (ARIES, 1981). A Figura 05 demonstra um menino usando a túnica quase monástica, com algumas modificações.

Figura 05 - Criança vestindo túnica



Fonte: Tempos e Lugares (2013)

Conforme Lurie (1997) na Idade Média crianças de 3 a 6 anos de idade se vestiam igual aos pais, que pode ser comprovado nos retratos da época, os quais retratavam crianças vestidas com roupas características do adulto “golas franzidas, anquinhos, calções bufantes, mangas ornamentadas, saias compridas e pesadas, sapatos de salto alto e chapéus carregados de penas e flores.” (LURIE, 1997, p.51).

Pode-se observar na figura 06, que a indumentária dos pais iguais à indumentária infantil.

Figura 06 - A indumentária infantil no Período Renascentista



Fonte: Cosgrave (2005)

De acordo com Lurie (1997), foi no final do século XV, que surgiu a saia unissex longa, o corpete e o avental branco bordado para as meninas e meninos, moda que perdurou até meados do século XVII. As crianças usaram vestidos ou saiotos, sem definição do sexo, até os primeiros anos do século XVIII. No decorrer do século começaram a se vestir igual aos modelos de adultos, reproduzindo em miniatura a moda masculina e feminina. Os modelos de roupa acompanhando as mudanças políticas e sociais da época (LURIE, 1997). No entanto, é no século XVII, que o traje da menina começa a igual os das mães, como mostra a figura 07.

Figura 07 - Tela Les enfants Habert de Montmor, pintada por Philippe de Champaigne



Fonte: Finearchina.com (2013)

Nesta evolução, nota-se que não existia diferenciação nos trajes de adultos e crianças, estas roupas eram inadequadas para as crianças, pois não valorizavam o conforto e liberdade de movimentos, totalmente desajustada ao desenvolvimento infantil. O sentido de infância não havia para Áries (1981, p. 156), “[...] a consciência da particularidade infantil, essa particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto, mesmo jovem.” A Figura 08 expõe a imagem de m menino usando um traje mais curto, igual ao adulto.

Figura 08 - Figura do ano de 1602



Fonte: Site marquise.de (2013)

A indumentária infantil era diferente, conforme as classes sociais. A criança da burguesa não usaria a mesma roupa de uma criança menos favorecida.

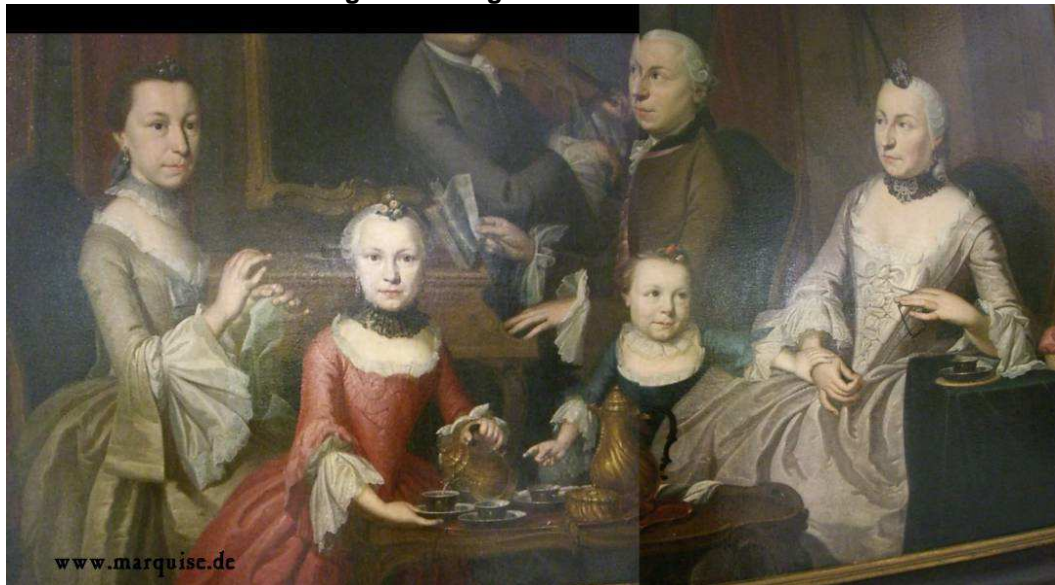
Os trajes não poderiam ser iguais e as mudanças na moda infantil também variavam de região para região (TAMBINI, 1999). A Figura 09 mostra a diferença de traje das crianças conforme a região.

Figura 09 - Figura do ano de 1770



Fonte: Site marquise.de (2013)

Já a Figura 10, pode-se observar uma criança burguesa pertencente à outra classe social.

Figura 10 - Figura do ano de 1775

Fonte: Site marquise. de (2013)

A revolução da vestimenta infantil chegou, por volta de 1762, com Jean Jacques Rousseau que combatia a moda que não dava liberdade às crianças, teoria que tinha apoio de educadores, médicos e filósofos. Este movimento, lentamente, influenciou a adoção de tecidos leves e cores mais claras, eliminando as armações das saias (DI MARCO, 2006). Na Figura 11 observa-se que o traje da menina começa a ficar mais solto.

Figura 11 - Figura do ano de 1795

Fonte: Site marquise.de (2013)

A diferenciação das roupas marcou a valorização da infância, com vestuário particular diferente do adulto. Os meninos foram beneficiados mais rapidamente que as meninas, elas ficaram mais tempo com trajes iguais aos dos adultos. As crianças do povo e as meninas continuaram se vestindo como adultos (ARIES, 1981). Foram símbolos de moda infantil, com o decorrer do tempo, três tipos de roupas: marinheiro-inspirado na roupa de cruzado do príncipe Edward: paletó azul com uma grande gola branca e quadrado enfeitado de âncoras ou galões militares, estilo usado por ambos os sexos com a diferença das saias com pregas para meninas (DI MARCO, 2006). Na Figura 12 pode-se observar que eram utilizadas nas saias com pregas para meninas e, na roupa de marinheiro para o menino. As botas de cordão eram usadas por ambos os sexos.

Figura 12 - Olga (no colo da mãe) com os irmãos



Fonte: Blog Romanov (2013)

A Figura 13 demonstra o estilo Pequeno Lord - calças até o joelho, casaca, gola e pulsos de renda (DI MARCO, 2006). Para ocasiões mais formais, tinham babados e tiras de tecido fino ou renda nas mangas e colarinho.

Figura 13 - 1782 as crianças Graham, de Willian Hogarth



Fonte: Site Belezain.com (2013)

Roupa Eton- calças compridas e paletó curto na cintura, moda inspirada no aristocrático Colégio Eton, da Inglaterra (DI MARCO, 2006). A Figura 14 demonstra as saias dos casacos passaram a ser cortadas na frente a partir da cintura.

Figura 14 - Saias dos casacos cortadas na frente a partir da cintura



Fonte: Site oglobo.com (2013)

A partir do século XX foi que as roupas das crianças tornaram-se mais confortáveis, leves e práticas, onde surge o traje para meninas, somado de espírito e de inteligência. A roupa deixava livres seus movimentos e, sua aparência, se nenhuma futilidade. Com vestidos simples, leves, soltos e com poucos acessórios, as roupas infantis apresentaram mudanças favoráveis aos seus usuários (SIMON,

1999). Só houveram mudanças nos trajes infantis a partir do momento em que a infância começou a ter o verdadeiro sentido e da afeição que tal sentimento despertava nos adultos (KERN, 2010)

Os membros de uma criança em crescimento devem estar livres para se mover com facilidade em suas roupas; nada deve restringir seu crescimento e movimento; [...] O melhor é fazer com que as crianças usem batas durante o maior tempo possível e, então, prover-lhe roupas folgadas, sem tentar definir formas, o que não passa de mais uma maneira de deformá-las. Seus defeitos de mente e corpo talvez remonem todos à mesma fonte, ao desejo de torná-las homens antes do tempo. (ROUSSEAU, apud LURIE, 1997, p.52).

2.2.2 Moda infantil século XX

No século XX a roupa infantil deixa de ser cópia dos trajes dos adultos, tornando-se simplificada e atendendo melhor as necessidades de conforto e ergonomia. Termos como usabilidade começam a ser vistos como fundamentais para o desenvolvimento de uma vestimenta infantil adequada. Conforme Moraes (2005), a adequação entre o produto e as tarefas, o desempenho a que ela se destina; a adequação com o usuário que o utilizará e a adequação ao contexto em que será usado, representa o conceito de usabilidade, ou seja, facilidade e comodidade no uso dos produtos, tanto no ambiente doméstico como no profissional.

A história da moda no século XX divide-se por décadas, devido à velocidade das mudanças nos parâmetros de moda. Conforme Tambini (1999), as roupas infantis eram compostas nos trajes marinheiros, nas botinas e nas roupas soltas para as meninas.

[...] eles ganharam destaques na virada do século, quando as mudanças na educação implicavam na adequação das roupas às ginásticas e aos esportes, que haviam acabado de ser incluídos nos currículos escolares por meio de uma reforma. Roupas mais folgadas para as meninas [...] começam a ganhar popularidade. Apesar disso, ainda era costume usar botas pesadas, de cordão, e meias de *cashmere* pretas. (TAMBINI, 1999, p. 134).

Nas Figuras 15 e 16 podem-se observar de acordo com a citação de Tambini (1999) roupas para praticar esportes. Na roupa de marinheiro para o menino e nas botas de cordão usada por ambos os sexos.

Figura 15 - Figura do ano de 1913



Fonte: Site marquise.de (2013)

Figura 16 - Figura do ano de 1913



Fonte: Site marquise.de (2013)

Na Figura 17 pode-se observar outra moda dessa década, o subimento das bainhas da saias e vestidos.

Figura 17 - Figura do ano de 1902



Fonte: Site marquise.de (2013)

Os anos de 1914 a 1918 foram marcados pela Primeira Guerra Mundial que trouxe com ela grandes modificações, pois as mulheres tiveram que substituir os homens em algumas tarefas, enquanto esses guerreavam (da área de saúde aos transportes e da agricultura à indústria, inclusive a bélica). Nos anos 20, a roupa infantil passou por uma repaginada, isso ocorreu devido à mudança da roupa adulta. Surgiram roupas mais leves, sem elaboração. Os vestidos das meninas ficaram simples com cintura caída, e os meninos usavam *skeletonsuit* (shorts curtos), abotoados na barra da camisa (TAMBINI, 1999). Na figura 18 observa-se o shorts curtos dos meninos e os vestidos cintura caída das meninas da época.

Figura 18 - Vestuário infantil pós Primeira Guerra Mundial



Fonte: Tambini (1999)

Nos anos 30, o vestido em linha A, ou seja, forma de tenda, amplo e rodado era o principal traje da época, acompanhando um laço enorme amarrado ao cabelo e um par de sapatos estilo boneca. Era quase um uniforme até os sete anos, todas as meninas se vestiam assim. Com a crise econômica no começo dos 1930, a moda tomou novos rumos, tornou-se mais comportada e séria e surgiram novos tecidos mais baratos; o crepe da china, antes usado como forro, passou a ser usado na confecção de roupas chiques (GONTIJO, 1996). Na Figura 19, observa-se o vestido em linha A , que foi o traje mais marcante da época.

Figura 19 - Figura do ano de 1934



Fonte: Site marquise.de (2013)

Nos anos 1930, como na Figura 20, surge o vestido de gola Peter Pan e manga tipo balão.

Figura 20 - Figura do ano de 1934



Fonte: Site marquise.de (2013)

Na década de 1940, no pós-guerra, as roupas infantis se tornaram um pouco mais confortáveis, mais práticas e mais duráveis, mesmo assim a infância não se valorizou. O vestido em linha A aos poucos foi saindo de moda e adotando-se roupas mais práticas como: macaquinho, *blazer* com calça ou *short* ou ainda *short* com blusa para os meninos, acompanhados de sapatos sociais e meias de náilon (KERN, 2010). A Figura 21 expõe a imagem de um menino usando um blazer com short e sapatos sociais e meias de náilon.

Figura 21 - Figura do ano de 1949



Fonte: Site marquise.de (2013)

Na Figura 22 pode-se verificar um exemplo de elegância da década de 40, os casacos de inverno.

Figura 22 - Figura do ano de 1941



Fonte: Site marquise.de (2013)

Nos anos 50 a infância começou a ser vista como um novo mercado de consumo, as crianças escolhiam para si ou para o adulto os produtos que gostavam. As imagens das crianças passaram a ser usadas para vender uma série de produtos na área publicitária. Na moda, os vestidos das meninas ficaram com a cintura marcada, sapato boneca e laços no cabelo. As roupas das meninas ficaram novamente parecidas com das mulheres (KERN, 2010). Na Figura 23 observam-se as roupas das meninas que ficaram mais marcadas na cintura.

Figura 23 - Hoja de revista: moda infantil anos 50: Magia de Colores



Fonte: Site todocoleccion.net (2013)

Passaram décadas e décadas e as roupas das meninas tornaram a ficar iguais às das mães, como pode ser visto na Figura 24.

Figura 24 - Figura do ano de 1950



Fonte: Site marquise.de (2013)

Na figura 25, observa-se a imagem das meninas usando peças em comerciais de roupas nos anos 50.

Figura 25 - Hoja de Revista: moda infantil anos 50: Em El parque



Fonte: Site todocoleccion.net (2013)

Na década de 60 a moda sofreu a uma mudança radical. Surgiram duas linhas: o *prêt-à-porter* e a alta-costura com influência de Paris. A moda infantil não teve muitas mudanças, mas no decorrer da década, não só as roupas das meninas como as roupas das mulheres passaram a ter um visual mais unissex, com blusas e shorts, por exemplo. No final dos anos 60 surgiu o movimento hippie, trajes étnicos, túnicas longas, colares exóticos e cabelos compridos que foi tendência entre as crianças (KERN, 2010). A Figura 26 a seguir demonstra algumas tendências da época cabelos compridos e roupas mais unissex com blusa e shorts para meninas.

Figura 26 - Figura dos anos de 1960



Fonte: Site santanostalgia.com (2013)

Outra tendência da época era: hippies túnicas longas, colares exóticos e podem ser observada na Figura 27.

Figura 27 - Figura dos anos de 1960



Fonte: Site oocities.org (2013)

Na década de 1970, as roupas infantis continuaram com seus trajes étnicos, as bocas-de-sino e com o artesanato nas estampas de tecidos, conforme o autor Tambini (1999), relata essa década da seguinte forma:

[...] ao final da década de 60 atingiu o seu ápice nos anos 70. O corte das calças se alterou, alargando do joelho até chegar à abertura máxima nas “bocas-de-sino” (uma volta ao estilo dos trajes de marinheiro). Desde cedo os meninos passaram a usar calças compridas ou jeans, em vez de shorts. Houve uma volta do interesse pelo artesanato, como *patchwork*, que levou à produção de tecidos como estampado nesse estilo. Seguindo a moda dos adultos, as saias das meninas ficaram mais longas, às vezes, acompanhadas de blusas com babados, inspiradas em trajes históricos ou étnicos. (TAMBINI, 1999, p. 135).

A boca de sino e a estampa no tecido estão bem representadas na imagem abaixo, na Figura 28.

Figura 28 - Vestidos com estampas psicodélicas e calças boca de sino para as crianças



Fonte: Site fashionbubbles.com (2013)

O estilo norte – americano espalhou-se pela Europa na década de 1980, surgindo os bonés de beisebol e o tênis, que caíram na graça popular. Os jeans de brim ficaram retos, acabado a boca de sino. (TAMBINI, 1999).

No Brasil os programas infantis de auditório tornaram-se febre entre as meninas, principalmente os da apresentadora Xuxa. As meninas morenas, baixas,

orientais viraram “Xuxas morenas”, todas iguais (KODAMA, 2010). Na Figura 29 verifica-se a influência que a Xuxa tinha sobre as crianças.

Figura 29 - Xou da Xuxa



Fonte: Blog ideiasembalsamadas (2013)

Na figura 30, podem-se observar os vários estilos de roupas de Xuxa que viraram febre entre as meninas nos 80.

Figura 30 - Xou da Xuxa



Fonte: Site modadettv.com (2013)

Nos anos 90 não há estilo único na moda, mas sim um mix de tendências de várias décadas passadas. Para os garotos e para as garotas, não há um estilo que caracterize essa década. Um grande astro da moda foi o tênis que se tornou uma indústria bilionária (TAMBINI, 1999). O número de empresas que passaram a

se dedicar apenas a fazer produtos para crianças se multiplicou. Na Figura 31, observa-se o mix de tendências que foram os anos 90.

Figura 31 - Figura dos anos de 1990



Fonte: Site imaginarium.com (2013)

O final dos anos 90 as tendências de moda infantil sofre uma grande influencia dos programas de televisão, a indústria da música e Hollywood. Do gótico ao grunge, existiam uma a grande variedade de estilos populares, e as crianças não era exceção. A moda infantil era composta por roupas folhadas, o visual grunge, cores brilhantes, sapatos atraentes e inventivos estilos de cabelo eram a regra. (ANDERSON, 2013).

O estilo grunge na moda surgiu devido o rock grunge emergia no início dos anos 1990, era formado por camisas de flanela xadrez, calça jeans rasgada e tênis de cano alto. Mas o que não faltava nos guarda roupas das crianças eram as calças jeans folgadas e cores brilhantes as mesmas que os astros do hip-hop usavam na época. Outro grande destaque na moda infantil era os macacões extremamente grandes com as alças presas, uma solta em um ombro ou as duas soltas com um cinto para segurar. (ANDERSON, 2013)

Na sequência, descrevem-se os processos da modelagem que estão presentes hoje nas roupas infantis, com a finalidade de proporcionar maior conforto para as crianças.

2.3 MODELAGEM – PRINCIPAIS CONCEITOS E PROCEDIMENTOS

De acordo com Araújo (1996), o modelista tem a função de produzir moldes baseado no desenho e anotações de estilistas e comerciais, que estejam de acordo com as medidas. A tabela de medidas é indispensável para a criação das roupas, porque a moda muda e novas modelagens se fazem necessárias. Um erro que ocorre com grande frequência, ainda segundo Araújo (1996), relaciona-se com tamanho do decote dos moldes para camisolas de criança.

A cabeça das crianças é proporcionalmente maior que o corpo, quando comparada com o tamanho de adultos e mesmo de jovens. Não é raro que milhares de blusas e camisolas de crianças sejam rejeitadas devido ao fato de o decote não passar pela cabeça. Embora menos corrente, outro surge miúdos, relacionado com os pijamas de crianças com pé. Na ausência de especificação do perímetro do tornozelo ao pé, em muitos casos o produto é rejeitado por o pé da criança não passar no tornozelo devido ao fato de este se encontrar muito afunilado. (ARAUJO, 1996, p.116)

O modelista tem responsabilidade de adaptar as medidas da tabela conforme o modelo da roupa que será utilizada pelas crianças e de determinar o melhor tecido e modelos adequados à idade da criança, pois, como consumidor deve-se confiar que a modelagem cairá bem. “Dentro do processo produtivo industrial de moda, a modelagem está inserida em duas etapas fundamentais, desenvolvendo o molde da peça-piloto e depois fazendo a grade dos moldes nos tamanhos a serem produzidos”. (HEINRICH, 2007, p.15)

Com o uso da modelagem as ideias de roupa de um estilista tornam-se reais, com uma modelagem apropriada e direcionada para o público alvo que irá utilizar roupa, podem-se criar roupas de qualidade que proporcionem conforto e satisfação ao consumidor.

Um setor de grande importância na indústria têxtil é o da modelagem, no qual o modelista, segundo Araújo (1996), é o intérprete de uma linguagem muito especial, baseado no desenho e anotações de estilistas. Seu objetivo consiste em produzir moldes, que após o tecido, cortado e montado, reproduzam o desenho e estejam de acordo com as medidas. Ainda de acordo com o ajustamento do vestuário, Araújo (1996) define como normas cinco conceitos: folga, alinhamento, correr do tecido, equilíbrio e assentamento.

Na criação de desenhos e modelagens para roupas infantis é necessário observar a realidade da criança, que pratica atividades como: correr, brincar e pular. Para tanto os tecidos devem ser resistentes, confortáveis, flexíveis e as cores devem ser adequadas para confeccionar as roupas das crianças.

Nos dias atuais, a infância requer a utilização de roupas adequadas. Portanto, o segmento de vestuário infantil deve levar em consideração questões como: qualidade, conforto, modelagem e cores fazendo com que a criança se vista de acordo com sua idade e suas necessidades assim como sua vestimenta.

2.4 ERGONOMIA

A ergonomia visa o estudo de formas capazes de harmonizar as relações interativas entre os seres humanos e os elementos a sua volta promovendo conforto quando necessário. A ergonomia é interdisciplinar para atender as necessidades exigidas pelos usuários que forem obter um produto ergonômico (REBELLO, 2004).

A ergonomia é um conjunto de conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários para a concepção de produtos e ferramentas, máquinas e dispositivos que possam ser utilizados com o máximo de conforto, segurança e eficácia. (GONÇALVES & LOPES, 2007)

Segundo a ABERGO - Associação Brasileira de Ergonomia - (2008), citada por Rosa (2008, p. 20) a ergonomia pode ser distribuída em:

- **Ergonomia física:** está relacionada com as características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica, em sua relação com a atividade física, incluindo o estudo da postura no trabalho, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, distúrbios músculo-esqueléticos relacionados ao trabalho, projeto de trabalho, segurança e saúde.
- **Ergonomia cognitiva:** são os processos mentais, tais como percepção, memória, raciocínio e resposta motora conforme afetem as interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema.
- **Ergonomia organizacional:** concerne à otimização dos sistemas sócio técnicos, incluindo suas estruturas organizacionais, políticas e de processos.

O foco central da ergonomia para seus levantamentos de análise são os pareceres, diagnósticos, recomendações, proposições do homem como ser integral, como um todo. O objeto da ergonomia é o homem e seu trabalho, realizado as atividades do dia-a-dia (MORAES 2005).

De acordo com Heinrich (2009), para que o vestuário não seja mal feito é necessária aplicação dos conhecimentos científicos da ergonomia, para que a roupa proporcione conforto, segurança e eficiência. O conhecimento pleno da anatomia é essencial para a correta aplicação dos princípios ergonômicos, conhecendo o tamanho e dimensão do corpo humano.

A ergonomia possui um vasto setor de concepção de objetos que no seu produto final traz o conceito de “design mais ergonômico” (REBELLO, 2004). No setor do vestuário a ergonomia está cada vez mais presente dando enfoque ao conforto nas roupas no momento de uso.

As roupas necessitam de algumas qualidades fundamentais. Primeiro, as qualidades técnicas, que faz em a roupa se tornar apta para função destinada a ela. Segundo, a ergonomia que é a adaptação antropométrica, de fácil manuseio, com maior versatilidade e maior conforto. E terceiras qualidades estéticas, que estimulam o prazer em usar. Conhecendo as características físicas do público alvo, as empresas conseguirão satisfazê-lo e poderão aumentar as suas vendas, (IIDA, 1997).

2.5 ANTROPOMETRIA NA ERGONOMIA

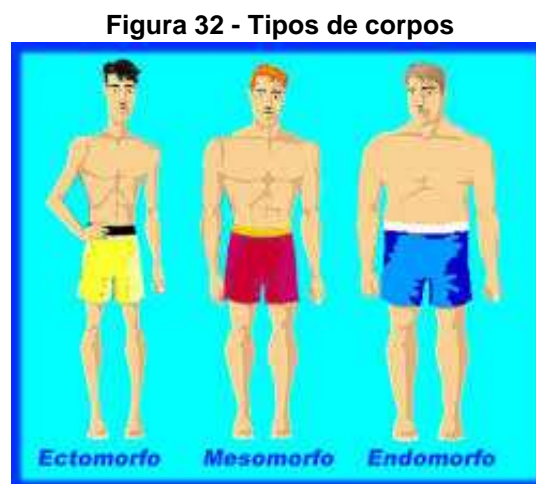
A antropometria é a ciência que realiza os estudos de tomadas de medidas físicas do corpo humano de acordo com (IIDA, 1997). Existem vários conceitos de antropometria, porém, todos têm o mesmo significado é processo que trata das medidas corporais em termos de tamanho e proporções, que são alicerce para concepção ergonômica de produtos.

O ser humano é diferente um do outro. As medidas corporais variam de acordo com a etnia, idade, classe social e a região geográfica. Resultado se disso, são as variações anatômicas e físicas como largura do braço, cintura e busto, largura dos ombros e diferenças na altura do corpo. (GUIMARÃES, 1999).

O corpo humano passa por várias mudanças desde nascimento e tende mudar durante todo o processo de crescimento, até chegar à idade adulta. O mesmo corpo humano pode ter a forma de diferentes proporções e/ou assimetrias entre o lado direito e esquerdo. Tais critérios identificam a importância do projeto do vestuário dando o devido valor aos dados antropométricos específicos do indivíduo ou de uma mesma população, considerando os diversos fatores que se somam a esta questão. (IIDA1997). Toda a população é formada por diferentes biótipos. Nos Estados Unidos realizada uma pesquisa com 4000 estudantes, sobre o antropométrico. William Sheldon analisou e fotografou esses indivíduos e os definiu como três tipos básicos de corpos:

[...] **ectomorfo** que apresenta membros inferiores e superiores e corpo longo e fino, com mínimo de gordura e músculo; **mesomorfo** que possui formas angulosas, ao estilo musculoso, também possui pouca gordura e o **endomorfo** que tem formas arredondadas, com grande depósito de gordura, é caracterizado como uma pêra, por ser estreito em cima e largo em baixo (IIDA, 1997, p. 102).

Na Figura 32, as imagens dos três tipos básico de corpos:



Fonte: Corpusano.blogspot.com(2013)

A diferença principal entre os métodos antropométricos utilizados na ergonomia e os pertencentes ao vestuário é a medição de perímetros corporais (ou circunferências, conforme nomenclatura utilizada no vestuário). Por isso, a

antropometria da ergonomia vem a contribuir de forma importante no projeto de produtos para vestuário, se for aplicada corretamente (IIDA, 1997).

2.6 ANTROPOMETRIA E ERGONOMIA NO CORPO INFANTIL

O corpo infantil é muito similar, com diferenças básicas de altura e peso, ao contrário dos adultos. Mas, devido as suas necessidades e formas anatômicas, a modelagem das roupas precisa de mais atenção, para dar mais conforto e se adaptar melhor ao corpo da criança (PAPALIA, 2000).

Durante as primeiras fases da vida humana a principal atividade é crescer e se desenvolver. O estudo da antropometria da criança é importante para elaborar roupas que se adaptam como seu desenvolvimento. Porém, dentro de um mesmo grupo de crianças da mesma idade, é comum encontrar uma grande diferença em nível de estatura e peso (PAIVA, 2007).

O desenvolvimento físico da criança pode ser influenciado por fatores hereditários, pelo ambiente em que vivem e pelos estímulos que recebem onde os pais têm muita importância para o processo de desenvolvimento.

A infância é dividida em fases: menores de um ano, de um a três anos, de três a cinco anos e de seis a dez anos. De um a três anos, começa a andar e falar, já começa a comer sozinho. Na fase dos três aos cinco anos, a criança já consegue se vestir sozinha e começa a ter interesse pelas roupas dos adultos. As crianças de seis até dez anos já questionam, têm vontade própria, conhecem o valor do dinheiro e têm seu próprio estilo (WAKSMAN, 2005).

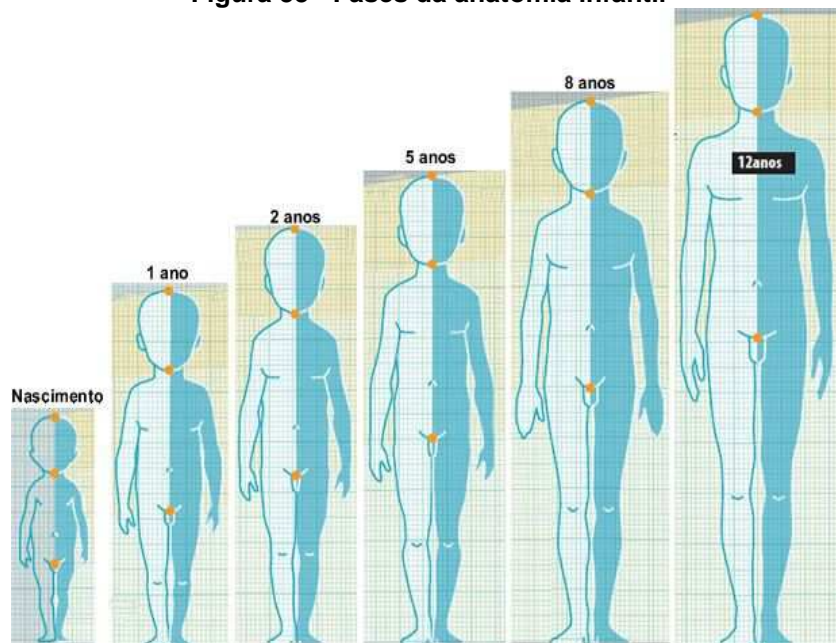
As formas corporais da criança são distintas por ter uma anatomia muito característica. Com um ano de vida, os membros superiores, inferiores e a cabeça estão começando a permanecer na linha média. Quando chega aos dois anos o abdômen fica proeminente, ganha mais massa muscular do que cresce em altura. No terceiro ano, seu físico fica mais longilíneo deixado às formas corporais arredondadas, o corpo fica mais longo do que largo e a cabeça fica maior que o resto do corpo. Com quatro e cinco anos, a criança tem mais massa corporal do que crescimento em estatura. Porém perto de completar seis anos ela começa a crescer mais que engordar (PAPALIA, 2000).

Entre os seis e sete anos, a criança começa aparecer mais com os adultos, segundo os padrões: endomorfo, mesomorfo e ectomorfo. Com oito anos, a saliência abdominal da criança praticamente não existe, pois tem mais massa corporal do que altura (IIDA, 2005).

As meninas de 9 a 12 anos começam ter contornos de mulher, devido aos hormônios. As células de gordura na região das coxas, das nádegas e da barriga crescem e se multiplicam, variando conforme o biótipo de cada menina (IIDA, 2005).

A Figura 33 demonstra as modificações que o corpo sofre com o passar dos anos.

Figura 33 - Fases da anatomia infantil



Fonte: Site revistageop.uol.com (2013)

A padronização das medidas antropométricas é difícil ter por causa dos inúmeros grupos étnicos que se conhece, (IIDA, 1997). Isso também ocorre no vestuário infantil, onde existem crianças usando roupas que não corresponde a sua idade biológica, uma criança de três anos usando roupas próprias para seis anos.

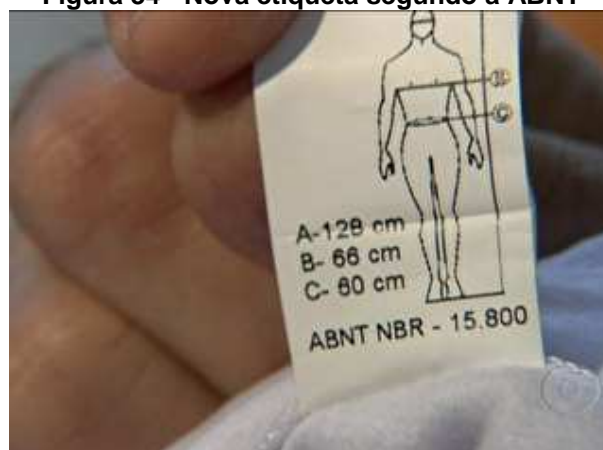
A NBR – 13377 Medidas Normativas Referenciais Mínimas para o Vestuário, norma que fala sobre os padrões de tamanho do vestuário, onde, as medidas de forma numérica, 2, 4, 6, 8 e de forma alfabética, P, M, G, GG. Os consumidores e as empresas do vestuário não concordam com esta tabulação

porque o tamanho escrito na etiqueta não é o tamanho necessário compatível com a idade da criança. Esta norma não oferece suporte suficiente no desenvolvimento do vestuário, ou seja, não contempla os dados necessários para a concepção do vestuário infantil. (SABRA, 2008).

Segundo a ABRAVEST (Associação Brasileira do Vestuário 2013), as normas encontram-se em fase de reformulação e a proposta prevê que as peças apresentem na etiqueta das roupas infantis: o perímetro do tórax, da cintura, do baixo quadril, do comprimento do tronco, entre outros, para que as mães das crianças tenham facilidade de encontrar o vestuário “adequado” aos seus filhos. Tendo em vista a falta de padrões brasileiros definidos, a sugestão da revisão da norma 13377 é de grande ajuda, porém ela ainda não é de cunho obrigatório para as indústrias.

O mercado têxtil do Brasil no ano 2010, em relação aos tamanhos a ABNT divulgou um novo padrão de medidas após muitas pesquisas entre os consumidores que não encontravam um tamanho adequado ao seu biótipo físico. Os padrões antigos, os tamanhos das roupas P, M e G serão trocados por informações sobre altura, tamanho da cintura, comprimento do braço e a largura do pescoço, visando padronizar os tamanhos de acordo com o biótipo do brasileiro (MILAN, 2012). Na Figura 34, pode ser verificada a nova etiqueta da ABNT:

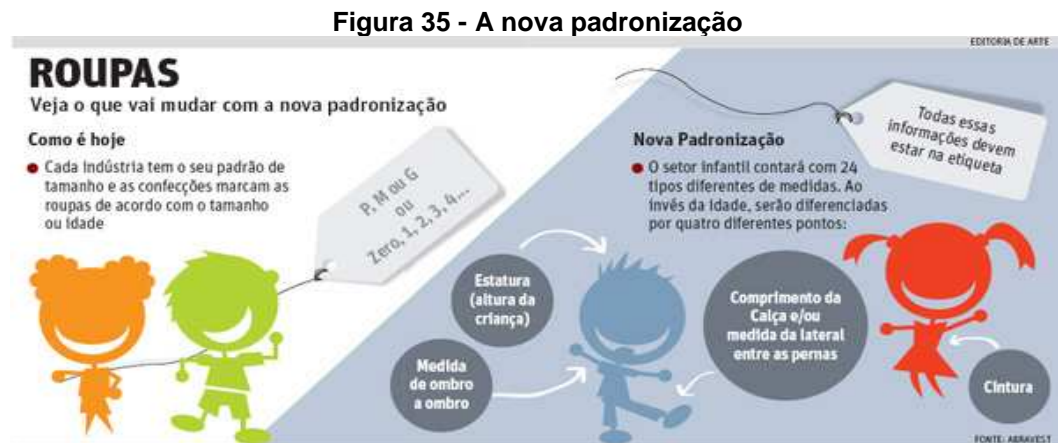
Figura 34 - Nova etiqueta segundo a ABNT



Fonte: Site g1.globo.com (2013)

As empresas de roupas infantis já começaram a adotar um novo padrão de medidas brasileiras sugeridas pela ABNT em parceria com a ABRAVEST.

Anteriormente as roupas infantis eram diferenciadas pela idade (1, 2, 3...), agora serão 24 tamanhos diferentes de medidas que serão distintos por quatro diferentes pontos, sendo eles a altura da criança, a medida de ombro a ombro, a circunferência da cintura e o comprimento da calça (SINDILOJAS, 2011). A nova padronização das roupas infantis pode ser vista na Figura 35:



A modelagem infantil é importante no desenvolvimento do produto, bem como no adulto, o que ratifica a importância de entender como o corpo infantil se comporta. A Indústria têxtil utiliza na modelagem apropriada na elaboração de roupas infantis. As meninas, por exemplo, desde pequenas já escolhem o que vestir e hoje representam um público importante.

2.7 PÚBLICO INFANTIL

A infância hoje se tornou muito importante dentro à sociedade, às crianças tem um lugar central dentro da família, onde universo adulto se orienta em função do universo infantil. O público infantil se tornou o maior alvo de muitas empresas de vários setores onde sem preocupem em desenvolver produtor para estes novos consumidores. (CARDOSO, 2011).

2.7.1 Mercado e consumo

O segmento de roupa infantil tem apresentado um crescimento significativo no Brasil. Este mercado movimenta milhões em dinheiro, gera empregos e cria tendências. Segundo dados da ABIT (2013), a Associação Brasileira da Indústria Têxtil, a moda para crianças representa pouco mais de 20% do mercado de roupas no Brasil – 18% com a moda infantil e 5% com a moda bebê. Ainda segundo a ABIT (2013), o segmento produz mais de 900 milhões de peças anuais e vem crescendo em faturamento a cada ano.

Apesar do número de filhos por família ter diminuído, o consumo de roupas infantis está aumentando, pois as crianças estão mais independentes e propensas à moda, já possuem suas preferências e seu estilo de vestir. Pesquisas revelam que as crianças são alvos constantes da publicidade em prol do consumo, pois, de acordo com as estatísticas, elas influenciam 80% das decisões de compra de uma família. (CARDOSO, 2011)

Conforme Masquetti (2008), as crianças acabam se identificando com as figuras de destaque da mídia e da moda, desse modo, tendem a acreditar que suas aptidões são as mesmas das figuras que lhes servem de modelo, afastando-se de suas identidades próprias. Segundo ainda o autor, o vestuário infantil deve ser comprado pelos pais, que antes de tudo devem julgar se a peça é adequada à criança em seus aspectos de conforto, funcionalidade, preço, dentre outros.

Entretanto, as campanhas publicitárias incitam as crianças a se tornarem mais autônomas e a tomarem suas próprias decisões, assim acabam importunando seus pais a comprar o que julgam ser adequado e não o que lhes é realmente conveniente (MASQUETTI, 2008).

No mercado atual o vestuário infantil está ganhando um espaço considerável, ele contribui para a economia do país e movimenta milhões de peças anualmente, hoje a criança tem o seu lugar reservado dentro da sociedade, e é natural que a sua vontade se ajuste a essa realidade (GONÇALVES, 2007).

As crianças viram alvo das campanhas publicitárias com a intenção de aumentar o número de consumidores, já que as empresas do ramo da publicidade perceberam que elas hoje possuem um lugar importante dentro da família e decidem

as compras de seus pais. Outro motivo que aumentou o consumo infantil foi a culpa dos pais por passarem pouco tempo com os filhos, eles compensam a sua ausência com produtos de consumo. (GONÇALVES, 2010)

De acordo ainda com Gonçalves (2010), o pequeno consumidor é fácil de ser influenciado, e não sabe diferenciar entre o certo e o errado, as empresas de propaganda dirigida ao público infantil acaba utilizando táticas ilícitas a fim de vender seus produtos, sem a preocupação como bem-estar das mesmas. A criança passou a ser vista como um ser lucrativo, portanto, a mídia e a publicidade deixaram de lado a preocupação com o desenvolvimento físico, afetivo ou cognitivo dos pequenos. A infância esta sendo guiada pela televisão, filmes, internet e outros. As crianças entre 8 e 13 anos assistem por dia a mais de três horas e meia de televisão com isso eles veem aproximadamente a 40 mil anúncios por ano (SCHOR, 2009).

[...] as crianças passam a maior parte de seu dia em atividades comerciais e de consumo, assim, "em média, por semana, mais crianças vão às compras (52%) dos que leem (42%), ou vão à igreja (26%), ou participam de um grupo de jovens (25%), ou brincam ao ar livre (17%), ou passam um tempo em casa conversando (32%). (SCHOR, 2009, p.27).

As campanhas publicitárias geram vício do consumo como modo de vida, por meio de artifícios de ilusão e sedução que nunca se harmonizam com as informações corretas e adequadas sobre os produtos divulgados. As crianças por sua imaturidade e despreparo não consegue raciocinar essas informações, já que não possuem opiniões, escolhas ou critérios de compras bem definido. As crianças entre 9 e 14 anos 58% admitem existir uma pressão acerca da compra de objetos que as tornem mais aceitas pela sociedade (SCHOR, 2009).

Na década de 90, pais e compradores notaram uma mudança nas meninas de 6 a 10 anos, as quais ligadas à moda escolheram peças mais modernas e adultas. Hoje a infância é fase especial da vida, que necessita de cuidados e possui características próprias, mas, entretanto elas voltaram a se vestir como adultos em miniatura, com roupas extremamente desconfortáveis, cheias de adereços, erotizadas e sem nenhuma diferenciação da moda adulta (SCHOR, 2009).

O mundo infantil está cada vez mais adulto; isso ocorre por ver crianças usando maquiagem, enfeites como bijuteria, bolsas, sapatos de salto, ternos, minissaia e também peças inadequadas para sua idade, mesmo assim são muito

pedidas pelas crianças e escolhidas pelos pais que acham “uma gracinha”, seus filhos vestidos como adultos. As meninas são as mais estimuladas a se vestir como mulheres adultas, vulgares, com roupas curtas e sensuais, que não combina a doçura da infância.

2.7.2 As medidas das meninas

As meninas atuais estão maiores, tudo leva a crer que vão ficar acima da população adulta de hoje. As baixinhas estão se tornadas altas devido ao programa de aceleração de crescimento em todos os ambientes sociais, em especial, os que reúnem crianças naquela fase de estiramento da pré-adolescência. A comprovação desde dado se dá nos últimos anos, onde se constatou que as crianças e os jovens brasileiros ficaram de 5 a 12 centímetros mais altos. (LINHARES, 2009) Isso se deve a melhora nas condições sanitárias, ao controle de doenças infecciosas que prejudicam o crescimento com a vacinação em massa e também com a utilização de um cardápio mais nutritivo desde a tenra infância, com alimentos como carne, leite e cereais. De acordo ainda, com Linhares (2009), as crianças saudáveis crescem de 6 a 7 centímetros por ano entre 2 e os 9 anos e de 8 a 10 centímetros entre 9 e os 15 anos. Na Figura 36, meninas de 12 anos com suas respectivas mães famosas.

Figura 36 - Meninas de 12 anos



Fonte: Site veja.abril.com (2013)

As crianças não querem ser diferente umas das outras, principalmente no final da infância e começo da adolescência, sair do padrão significa ser diferente e, nem que seja pela altura, isso gera dificuldades para as mesas. Quando são mais altas, se queixam dos apelidos, da eterna posição no fundo das fotografias, e quando são mais baixas, é ainda pior, queixam-se da falta de jeito da pré-puberdade, quando ainda não se sentem à vontade com seu tamanho. Mas hoje existem tratamentos para o crescimento com a utilização do hormônio GH sintético, geralmente usando em crianças que não o produzem, principalmente em meninas e, em meninos com estatura abaixo da média. Para as meninas, especificamente, há outro tipo de tipo de tratamento hormonal, destinado a postergar a puberdade precoce, quando há sinal de que a primeira menstruação está por vir antes do tempo. Os tratamentos são caros e demorados, mas cada centímetro soa como uma vitória (LINHARES, 2009).

Outro grande problema é a obesidade infantil, ocasionado pelo sedentarismo e o consumo excessivo de produtos gordurosos e calóricos diariamente. Nos últimos anos, houve uma significativa mudança no estilo de vida das pessoas, principalmente na infância. Os jogos de computadores, por exemplo, com nenhum esforço físico, tomaram conta e as brincadeiras de rua, praticamente desapareceram, e, as crianças passam inúmeras horas em frente a um aparelho de televisão e o seu lado disso, alimentos gordurosos e excessivamente calóricos fazem parte da dieta cotidiana. (MAESTRI, 2006). Na figura 37, Agatha da novela Avenida BRASIL faz parte da nova geração de meninas que já trabalham em novelas neste caso.

Figura 37: Meninas de novela



Fonte: Site astrallove.uol.com (2013)

As mudanças no corpo exigem novos estudos de modelagem e adequação da indústria têxtil, é necessário então, ficar atento a essas mudanças.

2.7.3 Perfil do público alvo

As meninas da nova geração estão cada vez mais antenadas com as tendências de moda. Dominadas por ídolos *teen*, elas procuram seguir as principais tendências em relação ao corte de cabelo, maquiagem e, principalmente, roupa. Isso é o que mostra uma estimativa da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção (ABIT). De acordo com o estudo, o setor produz um bilhão de peças infantis por ano (SEBRAE, 2010).

Nos dias de hoje, um estilo que está em grande evidência entre as meninas são as Monster High, um desenho que começou a ser exibido no Brasil em 2010. A estória de terror sob uma nova perspectiva: as aventuras de um grupo de adolescentes, filhas de monstros famosos, como Drácula, Frankstein e Lobisomem, na escola. Elas são estranhas e estilosas à sua maneira, com roupas de cores berrantes, sapatos exuberantes e possuem animaizinhos de estimação exóticos, como morcegos e cobras. (NORONHA, 2013). Na figura 38, as bonecas Monster High:

Figura 38 - Bonecas Monster High



Fonte: Site monsterhigh.wordpress.com (2013)

A mensagem principal do desenho mostra as diferenças que existem entre as personagens, e mostra também, que essas diferenças não importam, mas apenas servem para ensinar as crianças a aceitar a diversidade e a respeitar o próximo, além de reforçar a mensagem de que as pequenas diferenças é que tornam cada pessoa única e que isso deve ser celebrado. O desenho valoriza diversas belezas ao invés de padronizar uma única. (NORONHA, 2013).

Existem no mercado vários produtos com esta marca, roupas, material escolar, fantasias, artigos de festa, esmaltes infantis, entre outros itens, todos com o logotipo da caveirinha com laço rosa, que identificam os produtos Monster High. As roupas destas bonequinhas estão servindo como modelo para muitas meninas, a cor preta que está presente nas roupas das bonecas, está virando a cor predileta de muitas garotas; os cabelos rosa também são “febre” nas cabecinhas delas. (NORONHA, 2013).

Figura 39 - Meninas vestidas de Monster High



Fonte: Blog tvbrinquedos (2013)

As meninas não querem serem diferentes umas das outras, procuram estar sempre dentro das tendências e pertencer a um grupo, normalmente o da escola é o mais comum, sendo assim, a escolha da roupa reflete-se de acordo com o grupo a que a menina pertence.

2.7.4 Vestuário infantil

Em um ano com quatro estações, cada um com uma nova coleção de roupa infantil, que encantam a todos, principalmente, as peças marcadas por conforto e design. No entanto, as modelagens não estão adequadas aos novos corpos infantis. As crianças estão crescendo rápido demais e perdem roupas com a mesma velocidade. É necessário renovar o guarda roupa das meninas com maior frequência, tornando sempre o segmento infantil um grande desafio para os criadores de moda, sempre em busca de novas inspirações. Segundo a Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST, 2013), o segmento produz 3% mais roupas do que o masculino adulto no Brasil (cerca de 1,26 bilhão de peças ao ano) e cresce 5% ao ano. (MUNDO MULHER, 2013).

As empresas do ramo infantil estão ansiosas por roupas com jeito de criança. Com esta receita, os estilistas brasileiros desenvolvem suas coleções destinadas para este público; diferente de muitos anos atrás, onde as roupas eram feitas nas costureiras ou feitas em grande escala e vendidas por magazines, o que ocasiona um público vestido todo igual. Com a evolução da moda hoje, a realidade é outra, as roupas infantis oferecem qualidade, diferenciação e originalidade. (MUNDO MULHER, 2013).

Figura 40 - Semana da criança: roupa infantil e moda



Fonte: Blog bolshaia (2013)

As roupas infantis têm hoje vários pontos positivos, tais como: conforto, durabilidade, estética, ergonomia, usabilidade e beleza. No entanto, com relação à

modelagem ainda apresenta-se falha; nossas crianças cresceram de tamanho, as meninas de 8 anos não vestem mais o tamanho 8, mas sim o 12 e em algumas marcas o tamanho 16. (VAZ, 2010) As meninas estão entre as maiores preocupações dos pais na hora de vestir, já que elas gostam de vários tipos de roupas, porém, nem todas servem, cabe então aos pais, a função de achar roupas adequadas para o tamanho e compatíveis com a idade. (VAZ, 2010)

Normalmente, os pais dão liberdade para as filhas escolheres as cores que mais lhe agradam no vestuário, mas priorizam que a roupa ideal é aquela que veste a criança no tamanho adequado, preservando a sensação de conforto. Em alguns casos, as meninas estão se vestindo como mulheres por falta de opções de roupa infantil compatíveis com seu tamanho. (VAZ, 2010).

2.7.5 Tendências da moda infantil

Um dos principais aspectos a ser considerado para elaboração de uma coleção de roupas é a utilização das tendências de moda, que estabelecem quais serão os elementos (cores, tecidos, tipos de roupas, acessórios) mais importantes e expressivos para outono/inverno ou primavera/verão. (RECH, 2002)

Segundo Treptow (2003, p.82):

A tendência reside nos elementos que aparecem em maior frequência quando analisados lançamentos de estilistas diferentes. Logo, se vários apostam em um mesmo caminho, esse tende a tornar-se moda, ou seja, a ser aceito pelo mercado.

A moda infantil também acompanha as tendências atuais inspiradas diretamente das passarelas das grandes semanas de moda, mas tudo isso sem perder o foco principal que é o de ser criança (CLOSET, 2013).

Segundo o Site Closet (2013) as principais tendências que estarão presentes na primavera/verão 2013/2014 infantil são:

2.7.5.1 Mix de estampas

São misturas de estampas com harmonia entre cores e posições geográficas, numa forma bem alegre. Ex.: estampa geométrica + estampa floral, animal print + poá e listras + estampa abstrata.

Figura 41 - Conjunto menino *mix* de estampas Petistil loja do Center Norte



Fonte: Closet, (2013)

2.7.5.2 Tie – Dye

Inspirada na cultura dos hippies dos anos 70, a técnica de amarrar e tingir para criar um estampa psicodélica, é uma tendência atual e marcante no guarda roupa infantil.

Figura 42 - Conjunto infantil menina Tye-Dye laranja Petistil loja do Center Norte



Fonte: Site Closet (2013)

2.7.5.3 Brilho e paetês

Muito brilho e paetês são tendência do verão 2014 e compõem produções bem modernas. Roupas bordadas com brilho, cores com brilho, detalhes com brilho, brilho com brilho; enfim o brilho está invadido as coleções infantis.

Figura 43 - Conjunto Paetê preto e Paetê dourado com rosa ambos Petistil loja do Shopping Center Norte



Fonte: Site Closet (2013)

2.7.5.4 Rendas

A renda com sua delicada forma compõem flores e formas orgânicas abstratas, é uma grande uma da tendência que compõe os looks infantis do verão 2014.

Figura 44 - Conjunto menina com renda Petistil loja do Center Norte



Fonte: Site Closet (2013)

2.7.5.5 Cores, muitas cores

As cores são alegres e vibrantes e também estão presentes no guarda roupa da criançada, formado os looks mais divertidos e com um ar mais “fresh” para combinar com o clima quente da estação.

Figura 45 - Bata com short menina da Petistil loja do Shopping Center Norte



Fonte: Site Close (2013)

A moda muda a cada estação e para não ser diferente a moda infantil também acompanha essa mudança. A seguir, citam-se algumas marcas infantis que seguem tendências de moda.

2.8 MARCAS INFANTIS

Na atualidade o seguimento de moda infantil vem se tornado um dos mais ativos do mercado de moda no Brasil e as empresas compreenderam que para confeccionar roupas para crianças é necessário valorizar as atividades praticadas pelas mesmas. (MILAN, 2012). Outro fator importante para o aprimoramento deste mercado, os estilistas necessitam desenvolver peças com qualidade, modernidade, alta competitividade e aspectos ergonômicos adequados, somado com as tendências de moda para suprir as exigências desde novos consumidores. (MILAN, 2012). A seguir algumas marcas como: Lilica Ripilica, Brandili e Hering Kids.

2.8.1 Lilica Ripilica

A marca surgiu em 1991, pertence ao Grupo Marisol (Empresa de Santa Catarina/Brasil), já tem mais de 20 anos, a marca começou bem simples e foi se modificando com o tempo, seguindo as tendências da moda e da imaginação infantil. A Lilica Ripilica foi se sofisticando e agregando alto valor comercial, devido ao status que suas roupas proporcionam. Lilica Ripilica: das referências contemporâneas, surge o estilo da marca. A marca veste meninas de 0 a 10 anos com delicadeza, autenticidade e, sobretudo, com as mais ricas tendências da moda infantil (CARDOSO, 2011).

Para o verão 2014 a coleção da Lilica Ripilica promete encantar as meninas de todas as idades, não há marca mais querida pelas meninas que a Lilica Ripilica, que sempre vem cheia de novidades lindas e graciosas (SITE ENSINO DICAS, 2014).

O nome da nova coleção é *Tropical Dreamers* formada por peças coloridas e alegres, com estampas e cores tropicais, inspiradas na natureza em roupas leves e confortáveis, próprias para as crianças. A grande coqueluche são as estampas florais, listradas, xadrezes, digitais, com a figura da mascote da marca, folhas e temas tropicais; detalhes em laços, mangas bufantes e babados, tudo para deixar as meninas ainda mais graciosas.

Figura 46 - Looks coloridos e transparentes



Fonte: Blog Ensinodicas (2013)

Na figura 47, blusinhas com babados, coletes feitos de couro colorido e jeans, calças jeans, saias rodadas, entre outras.

Figura 47 – A aposta em roupas com babados e modernas



Fonte: Blog Ensinodicas (2013)

2.8.2 Brandili

A Brandili começou em 1954 quando Carl Heinz Brandes e sua esposa Lili Elza Bernardi Brandes abriram uma casa de comércio em Apiúna no Estado de Santa Catarina, mas foi em 1990 que iniciaram a produção de roupas com 100% algodão, exclusivas para crianças. (MILAN, 2012).

A missão da marca é vestir as crianças com conforto, moda e alegria, criando relações de confiança e satisfação com todos; e seus valores empresariais são cooperação, respeito, mudança, comprometimento e transparência. As crianças de 0 a 12 e adolescentes entre 12 e 18 anos são o público-alvo da empresa pertencente às classes B e C. (MILAN, 2012).

A Brandili possui 5 marcas, cada uma com uma proposta diferenciada. As principais são: Brandili, é a principal marca da empresa, são roupas com estilo

contemporâneo, arrojados e fabricadas com tecidos adequados para dia-a-dia. A seguir, a Brandili Licenciados com estampas de clássicos infantis como o ursinho Poohe e a Polly Pocket. Também a marca Brandili Mundi, que é uma marca top, criada especialmente para seguir as tendências mundiais em moda infantil (MILAN, 2012).

A coleção Brandili verão 2014 traz nas cores das peças a alegria e a intensidade da estação. Tons de rosa e azul são inspirados na natureza e aparecem forte tanto para os meninos quanto para as meninas. O azul caribe, o laranja sol, o rosa camélia e o azul hortênsia são as principais cores desta coleção. O preto e branco para as meninas e as listras aquareladas e o efeito “*ombré*” para os meninos também. *Ombré* significa sombreado em francês e, na moda, conceitua a tendência de usar peças tingidas em degradê, ou seja, dos tons claros aos mais escuros. (SITE BRANDILI, 2014).

Figura 48 - O preto e branco



Fonte: Site Brandili (2014)

A Brandili tem a coleção assinada pela modelo mirim Duda Bündchen, sobrinha da famosa modelo internacional Gisele Bündchen. Apresenta estilo romântico e promete fazer o maior sucesso entre as meninas vaidosas. O ponto forte da estação é o vestido com formato peplum, de tecido texturizado, detalhe que dá brilho especial ao produto. Na coleção é possível encontrar ainda, peças de diferentes modelagens como macaquinho e conjuntos de blusa e saia, blusa e short

e mini vestido e *legging*. Destaque para a mistura de estampas - zebrado com flores - e de tecidos - acetinado com a renda (SITE BRANDILI, 2014).

Figura 49 - Duda Bündchen



Fonte: Site Brandili (2014)

2.8.3 Hering Kids

A marca começou carreira solo no final de 2010, após reposicionamento dentro da Cia Hering, com produtos que combinam diversão e estilo, dedicados aos pequenos antenados com a moda, atualmente, conta com uma rede independente de lojas (SITE HERING KIDS, 2014).

A Hering Kids atende o público de 0 a 16 anos das A,B e C, são seis coleções anuais que apresentam peças casuais e básicas, pensadas para crianças

com jeito próprio de encarar o mundo, sem deixar de lado a peraltice, característica típica das crianças. Conta com rede própria de lojas, além de estar presente em lojas multimarcas e na internet, onde os produtos podem ser adquiridos via *webstore* da Hering (SITE HERING KIDS, 2014).

A coleção verão 2014 da Hering Kids terá estampas xadrezes, florais, tecidos manchados com desenhos, listras, bolinhas e estampas geométricas. Entre os modelos estão as saias e os vestidos em corte mais largo, deixando as pernas femininas mais finas, shorts soltinhos simples ou com detalhes em laço, vestidos de vários comprimentos de longos, que chegam a quase arrastar pelo chão a mais curtos, acima do joelho (SITE DICAS GRATIS, 2014).

Figura 50 - Coleção Verão 2014 da Hering Kids



Fonte: Blog Dicasgratisninet (2014)

De acordo com Guedes (2010), a indústria da moda infantil teve uma transformação relevante nos últimos anos, seja na utilização de cores infinitas, seja na variação de modelos e modelagens; algumas empresas se especializaram em bebês, primeira infância, pré-adolescentes, acessórios, calçados, moda praia, roupas de festas tudo direcionado para a criança, e; nichos ainda mais específicos onde coleções passam a identificar a marca como sendo moderna, conservadora ou qualquer outra denominação que se aplique usualmente à moda adulta, isso sem entrarmos no segmento beleza que antes sequer era cogitado para este público.

O setor da moda infantil está se tornando um dos mais ativos dentro do mercado de moda no Brasil, e as indústrias perceberam que, para criar roupas para crianças, é necessário levar em consideração atividades praticadas por elas; também criar peças com qualidade, modernidade e aspectos ergonômicos adequados, junto com a tendência de moda atual.

A presente pesquisa se limitou a investigar no setor de roupa infantil-juvenil, direcionada a meninas de 8 a 12 anos. Existem várias marcas de roupas infantis no mercado atual, mas para as meninas com novos padrões de medida quase não existe. No entanto, dentre as marcas mencionadas na pesquisa, a Hering Kids está trabalhando com uma modelagem maior. A linha Kids com batinhas e vestidos em tecidos confortáveis são exemplos de produtos que atendem de forma adequada a este público.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nesta etapa do trabalho é descrita a metodologia utilizada na realização da pesquisa.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Primeiramente, com a finalidade de realizar uma coleta exploratória, foi desenvolvida a fundamentação teórica, utilizando os temas do projeto e os principais conceitos e tendo na pesquisa bibliográfica sua principal fonte. O propósito dessa caracterização foi encontrar bibliografia (materiais) sobre o assunto publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, com o objetivo de compreender os problemas que o tema relata e também de entender um pouco mais sobre os casos e situações de melhoria para este mercado. No segundo momento foi realizada uma pesquisa a qual será aplicada através de questionário (apêndice).

Esta pesquisa apresenta caráter quantitativo e qualitativo. A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização etc.

Assim, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (GOLDENBERG, 1999).

Segundo Richardson (1989), a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

A utilização das duas modalidades de pesquisas tem algumas vantagens, de um lado, na explicitação de todos os passos da pesquisa, de outro, na oportunidade de prevenir a interferência da subjetividade do pesquisador nas conclusões obtidas (PORTELA, 2004).

3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

O questionário é a técnica escolhida para este projeto e será composto de perguntas abertas e fechadas. Para coleta de dados os questionários apresentaram questões relativas a:

- características dos pais: escolaridade, profissão;
- características das meninas: idade, altura, peso e manequim;
- marcas de roupas usadas pelas meninas;
- problemas, de modo geral, encontrados na hora de comprar roupas.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

O grupo alvo desde questionário foram os pais que possuem filhas meninas com perfil adequado à pesquisa, que pertença a classe A/B, que estudem em escola particular. A escolha pelos pais se dará de forma aleatória não obrigatória, ou seja, aqueles que concordarem em responder.

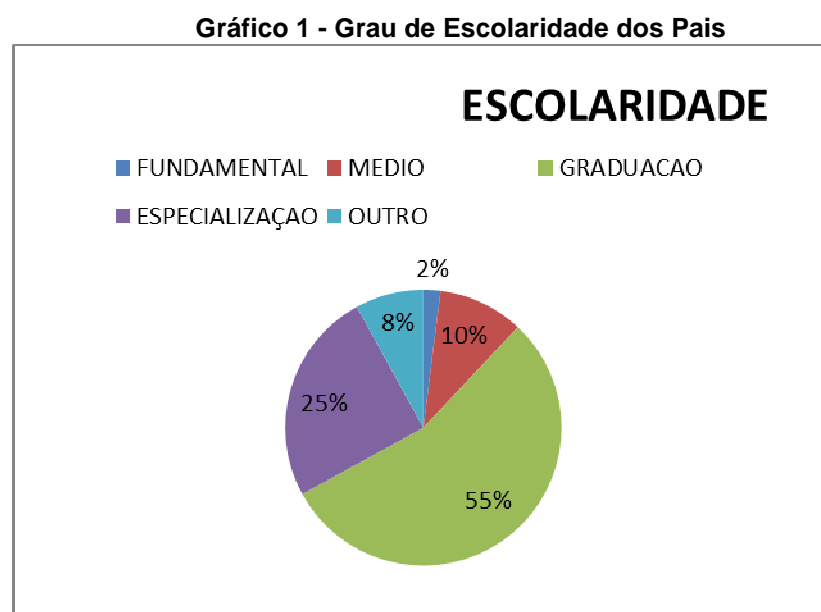
3.4 FORMA E ANÁLISE DOS DADOS

Após o término da pesquisa, a coleta de dados foi demonstrada através de gráficos e descrição das respostas coletadas.

4 RESULTADOS

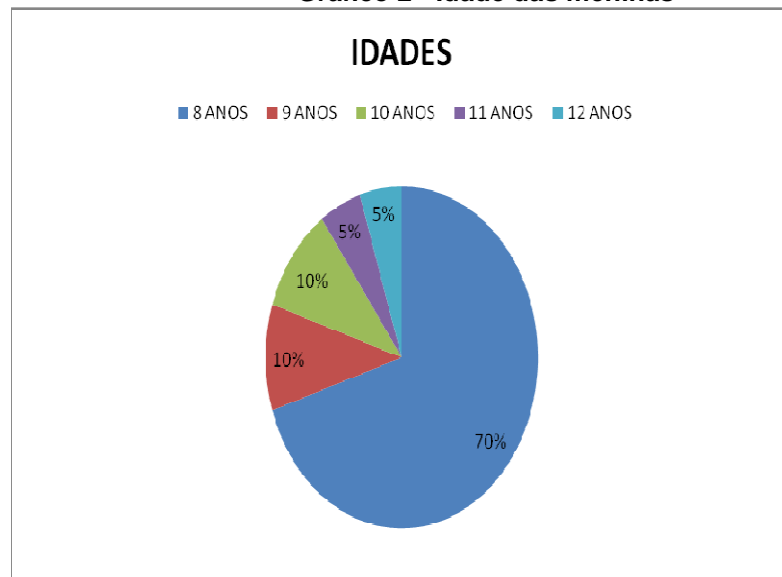
4.1 RESULTADOS DA PESQUISA

Foram aplicados 30 questionários com 11 perguntas para os pais das crianças na idade proposta pelo projeto e buscando informações sobre hábitos de consumo, tamanho das meninas preferência quanto ao tipo de roupa, modelagem e dificuldade e achar roupas certas. O resultado obtido apresenta-se a seguir:



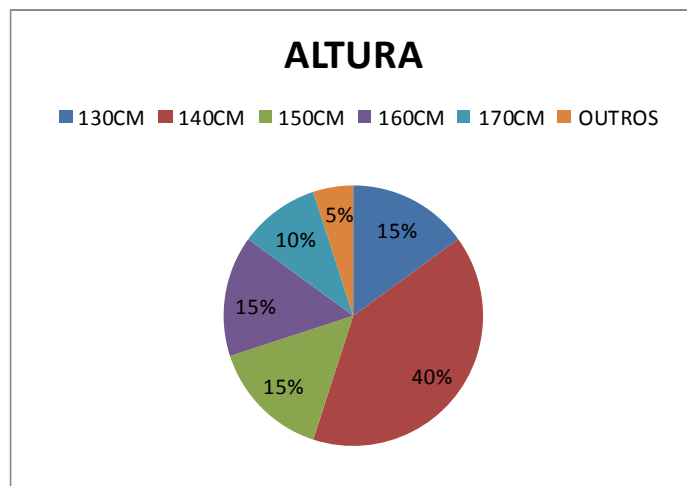
Fonte: Autora (2013)

Verificou-se no gráfico 01 em relação ao grau de escolaridade dos pais de meninas da pesquisa, que 55% dos pais das crianças são graduados, 25% tem especialização, 10% de ensino médio, 8% tem o fundamental e 2% outros.

Gráfico 2 - Idade das meninas

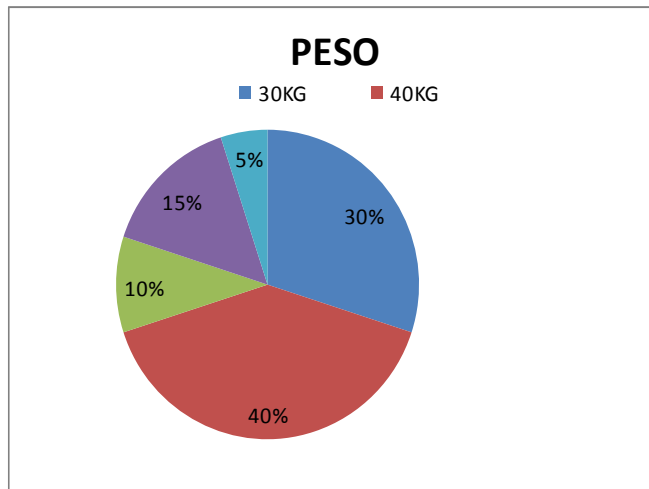
Fonte: Autora (2013)

De acordo com o gráfico 02, em relação à idade das meninas entrevistadas, a maior parte tem 8 anos, com 70%; já com 9 e 10 anos tem-se 10% em cada quesito e, 5% com 11 e 12 anos respectivamente.

Gráfico 3 - Altura das crianças

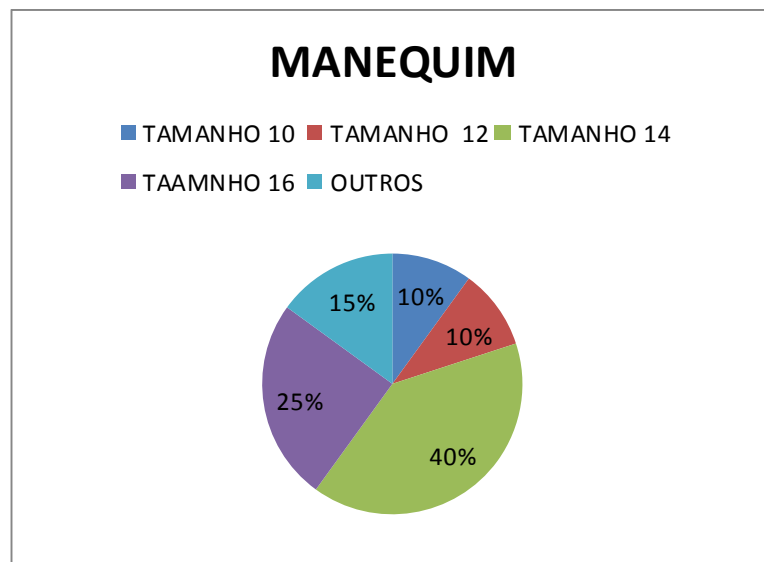
Fonte: Autora (2013)

Observou-se que no gráfico 03 que 40% das meninas entrevistadas tem 140 cm; que as meninas com 130 cm, 150 cm e 160 cm representam 15% cada no gráfico; que as meninas com 170 cm são 10% e, que as meninas que não estão classificadas nestas medidas, representam apenas 5%.

Gráfico 4 - Peso das crianças

Fonte: Autora (2013)

Na figura 04, com relação aos pesos das meninas, 40% tem 40 kg; 30% têm 30 kg; 15% têm 60 kg; 10% têm 50 kg e, 5% apresentam-se acima da última medida do gráfico.

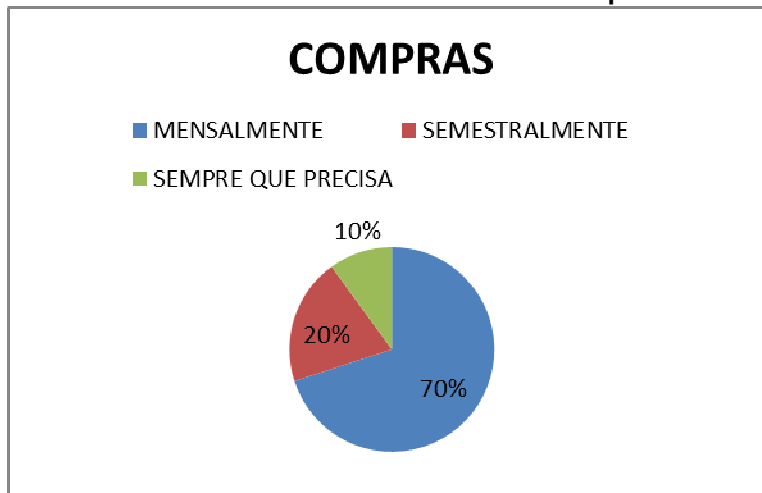
Gráfico 5 - Tamanho do Manequim

Fonte: Autora (2013)

No questionário, na pergunta 5, relacionada ao manequim, foi colocado também o manequim tamanho 8, mas o mesmo não teve nenhuma menina que usasse, com isso o gráfico 05 ficou assim: 40% das meninas vestem tamanho 14,

25% das meninas vestem tamanho 16, 10% das meninas vestem tamanho 10, 10% das meninas também vestem tamanho 12, e 15% veste outro tamanho (maior).

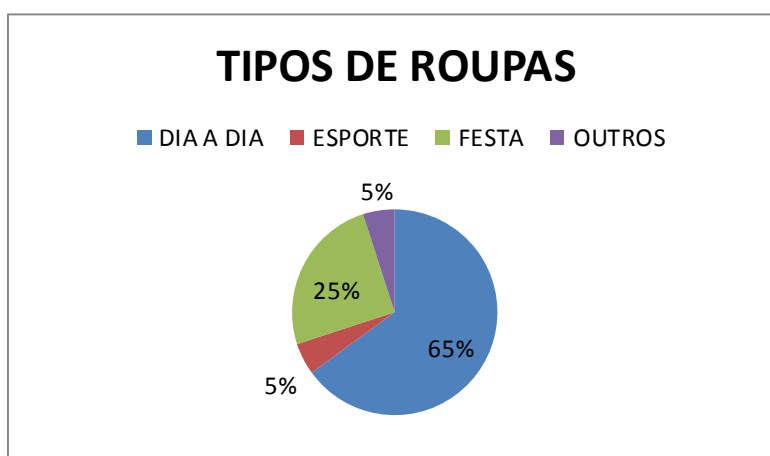
Gráfico 6 - Periodicidade de compras



Fonte: Autora (2013)

No gráfico 6, 70% dos respondentes afirmam que fazem compras mensais para as filhas, 20% fazem compras semestrais e apenas 10% sempre que precisam.

Gráfico 7 – Tipos de roupas

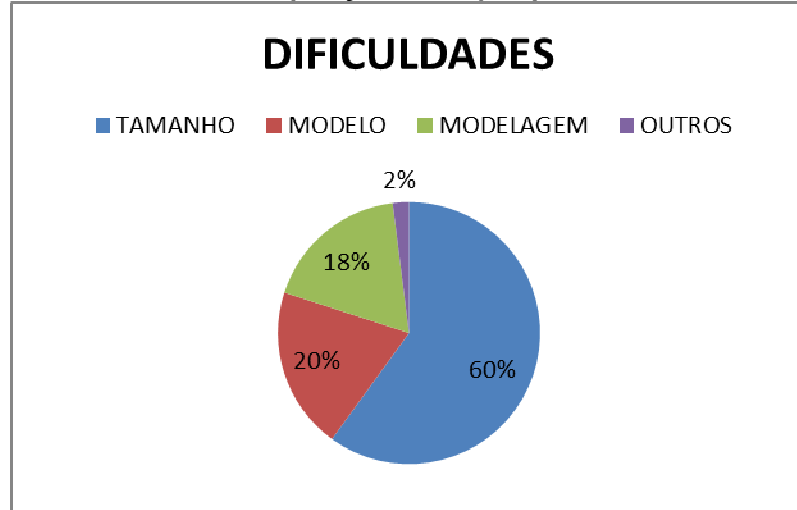


Fonte: Autora (2013)

A partir do gráfico 7 passou-se a abordar as preferências dos pais em relação às roupas das filhas. Através da análise da pesquisa, 65% dos pais preferem roupas para o dia-a-dia, 25% dos pais preferem roupas para festa, 5% preferem

roupas esportivas, 5% outros e roupas para dormir não é preferência para os pais da pesquisa.

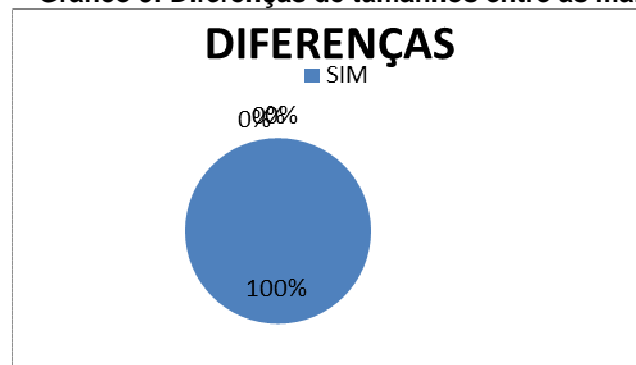
Gráfico 8 - Dificuldades de aquisição de roupas para meninas de 8 a 12 anos



Fonte: Autora (2013)

No gráfico 08, foi questionado quanto as principais dificuldades ao comprar uma roupa para as meninas de 8 a 12 anos. Segundo as resposta obtidas realmente 60% dos entrevistados relatou que é o tamanho da roupa o grande vilão, sendo que o modelo ficou com 20%, a modelagem com 18% e outros, com 2%.

Gráfico 9: Diferenças de tamanhos entre as marcas infantis



Fonte: Autora (2013)

No gráfico 09, os entrevistados puderam opinar se existem diferenças de tamanhos entre as marcas infantis. A resposta foi 100% que sim. Na questão, solicitou-se aos respondentes não era necessário que eles justificassem suas

respostas. Todos os entrevistados concordaram que há diferenças no tamanho entre marcas infantis para público alvo e justificaram-se assim:

“Nunca consigo achar roupas para minha filha se ela estiver junto para provar.” (Pai 01).

“Sempre nos aniversários a madrinha traz uma roupa de outra cidade, que não serve, sendo o mesmo tamanho que ela usa.” (Pai 03).

“Às vezes chego à loja infantil junto com a vendedora, pegamos peças de marcas diferentes com o mesmo tamanho e colocamos em cima umas das outras, mas a diferença nos tamanhos é um absurdo.” (Pai 06).

“Claro que existe diferença, o pior é quando minha filha usa a mesma roupa da amiga e tamanho não entra.” (Pai 07).

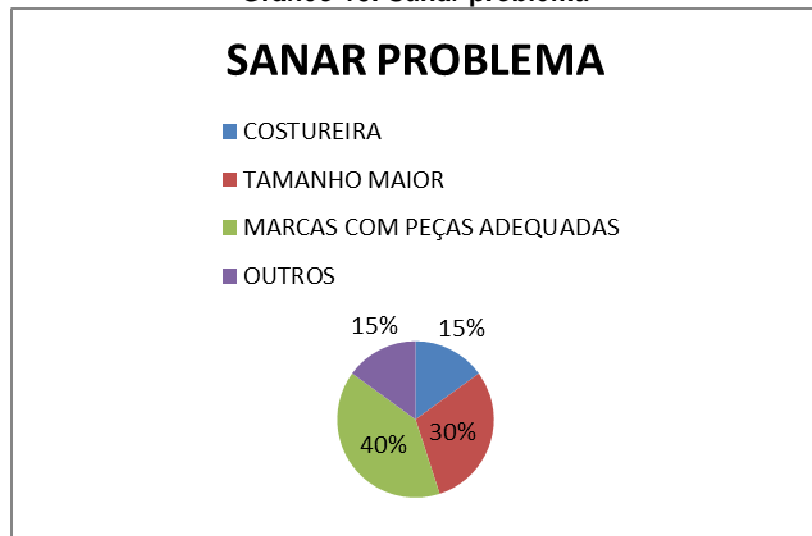
“Tem muita diferença, aqui no Brasil, lá fora é diferente, todas as marcas tem o mesmo tamanho conforme o manequim.” (Pai 11).

“As roupas infantis são muito bem feitas, porém existe sim esta diferença de tamanho, isso prejudica muito nosso mercado de vestuário.” (Pai 16).

“As nossas indústria de roupas infantis, tem que abrir os olhos sobre esta diferença entre elas, isso e muito ruim.” (Pai 27).

“O tamanho varia conforme a marca, a minha filha quer a roupa da menina da propaganda, mas não serve nela, as empresas deveriam se unir e se padronizar, venderia bem mais.” (Pai 08).

Gráfico 10: Sanar problema



Fonte: Autora (2013)

No gráfico 10, o objetivo foi o de questionar o problema maior da pesquisa, que é encontrar roupas para as suas filhas. As respostas foram bem divididas, 30% dos pais compram roupas de tamanho maior, 40% dos pais compram

marcas com peças adequadas, 15% utilizam serviços de costureiras e 15% outros. Os pais que optaram no questionário em outros, justificam-se assim:

“Compro roupas fora do país, a cada três meses” (Pai 02).

“Minha filha só usa as marcas Gap, Calvin e Tomi (internacionais). Estas marcas tem o mesmo tamanho, a modelagem é maior, gostaria que as roupas nacionais também fossem.” (Pai 05).

“Viajo bastante, por isso compro roupas para ela em outros países, sem ela, e sempre serve” (Pai 08)

“A cada seis meses nós viajamos para fora para trocar o guarda roupa” (Pai 17).

Quanto às marcas de roupas preferidas deste publico alvo as mais citadas foram: Lilica Ripilica, Hering Kids, Turma da Malha, Brandili, Authoria e Lança Perfume.

Pode se observar com isso que as meninas de 8 a 12 anos estão usando a marca Lança Perfume, marca Catarinense destina a adultos jovens. Alguns pais comentaram a resposta:

“Minha filha adora Lilica Ripilica, mas esta marca só vai até o 12, o que para mim equivale ao 8, já não está mais servindo nela, mesmo assim ela quer, às vezes usa uma só vez por que na outra não serve mais” (Pai 13).

“Lança Perfume não é marca infantil, mas as roupas servem nela, e são bem transadas”. (Pai 20)

“Ainda bem que existe a Turma da Malha, tem a modelagem maior e com cara de criança” (Pai 23).

“Sempre usei Hering, agora minha filha usa Hering Kids, são roupas ótimas com tamanho maior em malhas.” (Pai 19).

“Minha filha quer ser modelo, adora a Gisele, depois que a sobrinha dela virou garota propaganda da Brandilli, ela só que usar esta marca, fica um pouco apertada, mas ela quer.” (Pai 27).

“Sempre compro roupas da marca Authoria, o problema que é roupa mais para sair, tenho dificuldade em achar roupa para o dia- a – dia.” (Pai 09).

“Compro Turma da Malha e Hering Kids, elas tem modelagem maior” (Pai 30).

“Ainda consigo comprar Lilica, mas daqui a pouco não servirá mais.” (Pai 03).

“Minha filha usa a marca Gap, tem uma modelagem maior” (Pai 02).

“gostaria se tivesse mais marcas infantis com a modelagem maior, sempre compra Hering ou Turma da malha.” (Pai 08).

Observa-se que de 30 respondentes, 10 deles argumentaram a sua resposta; que as marcas variam consideravelmente e que os consumidores buscam sim por marcas que os atendam mais especificamente.

4.2 SÍNTESE DA PESQUISA

Assim, após a aplicação do questionário e a apuração dos dados obtidos na pesquisa concluiu-se que em termos de escolaridade, os pais das meninas tem algum tipo de graduação, com isso mais acesso as informações atuais. A faixa etária predominante é de 8 anos, onde as meninas começam a ficar mais atentas na moda e já escolhem o que querem vestir.

Quanto à questão relacionada à altura, as meninas variam entre 130 cm a 170 cm de altura, o que está bem fora dos padrões de medidas desta faixa etária de idades, que oscilam entre 125 cm a 149 cm e só 5% das meninas da entrevista é menores que 130 cm.

Observou-se que o peso médio das meninas está entre 30 kg a 40 kg, também fora dos padrões de medidas da tabela de medida. Sobre o manequim, foi confirmado que nenhuma menina de 8 anos veste manequim tamanho 8; que a grade ideal de manequim começa no tamanho 10. Percebeu-se que há necessidade sim de se rever os tamanhos, pois as meninas de hoje estão maiores que as do passado, e que se as empresas infantis ainda não se ligaram sobre esta mudança, tem que se preocupar.

Observou-se também que os pais fazem compras mensais para as filhas, em empresas que produzem uma modelagem diferenciada, ou seja, que fabricam fazem roupas até o tamanho 16, porém mantendo o estilo infantil. Ainda foi observado que os pais preferem comprar roupas para o dia-a-dia e optam por roupas confortáveis que proporcionem liberdade de movimento.

O tamanho da roupa foi apontado então, como o grande problema relacionado às dificuldades para comprar roupas para as meninas de 8 a 12 anos. Observou-se também que a concorrência é pequena e são poucas as marcas direcionadas a este público-alvo.

Analisando a pesquisa conclui-se que o público infantil é um importante nicho de mercado dentro das empresas do vestuário. Os pais procuram roupas para o dia-a-dia que sejam confortáveis, práticas que proporcionem liberdade para os movimentos das crianças e principalmente, que sejam compatíveis com a idade.

É importante salientar também, que as empresas que produzem uma modelagem diferenciada, podem agregar valor e os pais não se importam com relação ao preço mais alto das peças.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com objetivo de pesquisar as dificuldades antropométricas encontradas na modelagem infantil para meninas de 8 a 12 anos, iniciou-se o trabalho com estudos bibliográficos e, na sequência, com uma pesquisa de campo com questionário, no intuito de entender o público alvo.

Com os estudos bibliográficos deste trabalho, se conseguiu analisar de forma cronológica a história da moda infantil até os dias de hoje. Observou-se que a infância passou por vários momentos onde a moda infantil não tinha muita importância. Percebeu-se que as alterações das roupas das crianças ocorrem muito mais em função das mudanças dos conceitos sobre a infância no passar da história, do que em função dos modismos que surgem em determinadas épocas.

Sobre a coleta de informações da moda infantil, houve muitas dificuldades, a história infantil apresenta pouca bibliografia e são poucos os autores que a relatam. No entanto, os historiadores e educadores atuais já percebem que a infância tem grande importância, o mesmo ocorre com as indústrias de roupas infantis, onde os profissionais ligados à moda procuram fazer roupas dentro das tendências e que atendem as necessidades das crianças atuais, não mais tratando a criança como um adulto em miniatura, da mesma forma que a sociedade medieval tratava.

Com toda mudança que houve nas roupas infantis, a mais importante nos 50 tenha sido na indumentária das meninas, que, assim como as mulheres, assumiram um visual mais unissex, usando blusa e shorts com mais frequência. Contudo, nos anos anteriores as roupas infantis não supriam a necessidade da criança, pois na maioria das vezes elas eram desconfortáveis, e inapropriadas para o clima.

Também através deste trabalho foi possível entender a importância da modelagem na construção de roupas para crianças, e, perceber que não existe padronização na modelagem nas indústrias. Outro aspecto importante foi a ergonomia na fabricação de roupas infantis para desenvolver peças mais adequadas às crianças e a seus tamanhos.

Porém, um problema ainda detectado foi que a modelagem apresenta-se pequena em algumas marcas. A modelagem de roupas é um fator primordial para proporcionar mais valor às peças, junto com o conforto, dentro de padrões estéticos e funcionalidade, para tornar o produto mais atraente ao consumidor. A modelagem deve adaptar-se às faixas etárias das crianças e com as atividades diárias das mesmas.

Neste sentido foi elaborada uma pesquisa sobre as dificuldades antropométricas encontradas na modelagem infantil para o público alvo de meninas na faixa etária entre 8 e 12 anos. Uma das grandes dificuldades no decorrer da pesquisa de campo, foi à resistência dos pais de meninas que pouca idade e tamanho maior, muitos não concordam que suas filhas sejam taxadas de obesas e sim que se desenvolveram acima do normal para a idade. Foi necessário explicar que esta pesquisa não era sobre obesidade infantil, mas sim sobre o problema que ocorre na modelagem infantil que ainda não esta adequada às novas medidas das meninas.

Notou-se com o diagnóstico das informações coletadas na pesquisa de campo, que a modelagem é um fator muito importante nas confecções das roupas infantis, porém, cabe mencionar que nas respostas obtidas através do questionário percebeu-se que a maioria dos entrevistados considerou o quesito como de importância média e não importante. O tamanho da roupa foi o grande vilão com relação às dificuldades para comprar roupas para as meninas de 8 a 12 anos, sendo que a maioria dos entrevistados na pesquisa concluiu que existem diferenças de tamanhos entre as marcas infantis.

Portanto, foi constatado após a realização das pesquisas que os pais encontram grandes dificuldades na hora de comprar roupas e que a falha no vestuário infantil é referente aos tamanhos das roupas, que não são condizentes com o tamanho real da criança atual.

Assim como as meninas de hoje possuem uma estatura maior que as crianças do passado, algumas empresas da linha infantil ainda não observaram essa mudança em suas tabelas de medidas, nem ao fato de que as meninas estão mais atentas à moda.

É importante salientar também que as empresas que produzem uma modelagem diferenciada, podem agregar valor e os pais não se importam com relação ao preço mais alto das peças se obtiverem a felicidade das filhas. Também se observou que a concorrência é pequena e tem poucas marcas direcionadas a faixa etária de meninas de 8 a 12 anos.

Este trabalho trouxe como experiência a importância da pesquisa teórica e de campo, também no lado pessoal fez perceber que tem muitas pessoas que passam dificuldades para encontrar roupas adequadas a esse público alvo.

Acredita-se que com a pesquisa da Associação Brasileira da Indústria Têxtil vem fazendo em todo o país esses problemas sejam sanados. Sugere-se então que as empresas que confeccionam roupas para tal público adequem suas tabelas de medidas. Um novo estudo que pode surgir a partir deste é a sugestão de uma tabela de medidas adequadas a partir de estudos de casos com meninas e suas medidas.

REFERÊNCIAS

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Moda infantil.**

Disponível em: <<http://www.abit.org.br/site/busca.asp?Idioma=PT>>. Acesso em: 03 dez. 2013

ABNT. **Vestuário infantil:** Requisitos de segurança e desempenho para roupas infantis. Disponível em:

<http://www.br.sgs.com/pt_br/ssc_norma_textil__infantil.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2013.

ABRAVEST – Associação Brasileira do Vestuário. Disponível em:

<<http://www.abraviest.org.br/abraviest.php>>. Acesso em: 02 nov. 2013.

ANDERSON, Elaine. Moda Infantil nos anos 90. **Ehow Brasil.** [2013?]. Tradução de Pedro Antunes Disponível em: <http://www.ehow.com.br/moda-infantil-anos-90-info_186737/> Acesso em: 05 abr.2014.

A diferença entre as brincadeiras antigas e as atuais. Disponíveis em:

<<http://johannaterapeutaocupacional.blogspot.com.br/2010/11/diferenca-entre-as-brincadeiras-antigas.html>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

ARAÚJO, Mário. **Tecnologia do vestuário.** Lisboa: Fundação Gulbenkian, 1996. 121 p.

ARIÉS, Phillipe. **História social da criança e da família.** 2. ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1986.

_____. **História social da criança e da família**. 2 ed. Trad. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1981.

BARBOSA, Rita Claudia A.; QUEDES, Walkiria. **Vestuário e infância**: entre as adequações e as determinações sociais, 2007. Disponível em:
<http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A100.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2013.

BRANDILI. **Crianças de olho nas tendências — Sebrae**. Disponível em:
<<http://www.brandili.com.br/portal/>>. Acesso em: 14 jan. 2014

BONECAS Monster High. Disponível em:
<<http://monsterhighfas.wordpress.com/imagens-das-personagens-de-monster-high>>
Acesso em: 15 jan. 2014.

CARDOSO, Tânia Patrícia. **A influência da publicidade no consumo da moda infantil**. 2011. 43f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso Pedagogia) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá.

5 TENDÊNCIAS de moda para criança. **Closet Online**, set.2013. Disponível em:
<<http://closetonline.com.br/5-tendencias-moda-para-criancas>> Acesso em: 20 jan. 2014.

COLEÇÃO verão 2014 da Hering Kids. Disponível em:
<<http://dicasgratisninet.blogspot.com.br/2013/08/colecao-heringkids-verao-2014.html>> Acesso em: 15 jan. 2014.

COLEÇÃO verão 2014 Lilica Ripilica. **Ensino Dicas**, ago.2013.Disponível em :
<<http://ensinodicas.blogspot.com.br/2013/08/colecao-verao-2014-lilica-ripilica.html>>
Acesso em 20 jan.2014

COSGRAVE, B. **História de La Moda. Desde Egipto hasta nuestros dias**.
Barcelona: Gustavo Gili. 2005

COUTURIÈRE PARISIENNE. Disponível em: <www.marquise.de>. Acesso em: 10
out. 2013.

CRIANÇAS de olho nas tendências. **SEBRAE**. São Paulo, n18447 [2010?].
Disponível em: <www.sebrae.com.br/setor/textil-e.../o-setor/moda/...de.../BIA_18447> Acesso em 29 out 2013

DI MARCO, Regina. **História da moda infantil**. 2006. Disponível em:
http://www.belezain.com.br/estilo/moda_infantil.asp. Acessado em 10 ago. 2013

FASES da anatomia infantil. Disponível em: <<http://revistageo.uol.com.br/cultura-expedicoes/40/artigo267322-4.asp>> Acesso em 15 ago. 2013.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em
Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record.1999.

GONÇALVES, Eliana; BEIRAO, José Alfredo. **Aspectos Ergonômicos**: evolução do
vestuário infantil, 2007. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_pub...> Acesso em: 20
ago. 2013

GONÇALVES, Tamara Amoroso. **A publicidade dirigida a crianças e a forma de valores**. 2010. Disponível em: <http://www.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/>

artigo%20tamara.pdf...>. Acesso em: 27 dez. 2013.

Gonçalves, Eliana; LOPES, Luciana Dornbusch. **Ergonomia no vestuário**: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. 2007. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A039.pdf> Acesso em 03 ago. 2013.

GONTIJO, Silvana. **80 Anos de Moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GUEDES, Susi. A evolução da moda infantil. **Webfashion**, 2010. Disponível em: <http://webfashion.uol.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=60%3Aa-evolucao-da-moda-infantil&catid=28&Itemid=18> Acesso em 05 abr. 2014.

GUIMARÃES, Lia Buarque de Macedo. **Ergonomia de produto**. 2.ed. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Engenharia. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Série Monográfica. 1999. 2 v.

HEINRICH, Daiane Pletsch. **Modelagem & técnicas de interpretação para confecção industrial**. Novo Hamburgo, RS: Feevale. 2005.

_____. **Modelagem: ferramenta competitiva para a indústria da moda**. Porto Alegre: SEBRAE/RS: FEEVALE, 2007.

_____. **A ergonomia e os princípios do conforto no design de produto para vestuário**: acerca dos dados antropométricos aplicados a públicos específicos. IV workshop de análise ergonômica do trabalho – UFV. I encontro mineiro de estudos em ergonomia. “acessibilidade cotidiana e terceira idade”. 2009.

Hering Kids . **Franchising**. Disponível em:

<www.heringkids.com.br/franchising/hering_kids.php> Acesso em: 15 jan. 2014.

HISTORIA da infância na idade media. Disponível em:<<http://www.clika.me/historia-da-infancia-na-idade-media/#>> Acesso em: 15 ago. 2013.

HOJA de Revista- Moda Infantil Anos 50- Magia de Cores. Disponível em: <<http://www.todocoleccion.net/hoja-revista-moda-infantil-anos-50-magia-colores~x23519882>> Acesso em: 15 ago. 2013

IIDA, Itiro. **Ergonomia:** projeto e produção. 1997. São Paulo: Edgard Blücher .

_____. **Ergonomia:** projeto e produção. 2005. 2.ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgard Blücher Ltda.

JAMES, A.; PROUT, A. **A new paradigm for the sociology of childhood?:** provenance, promise and problems. In: JAMES, A.; PROUT, A. Constructing and reconstructing childhood. London: Falmer, 1997.

JORNAL HOJE. **Indústria brasileira de vestuário adota novo padrão de medidas em 2012.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2011/11/industriabrasileira-de-vestuario-adota-novo-padrao-de-medidas-em-2012.html>>. Acesso em: 03 out. 2013

KERN, T. M; SHEMES, C; ARAUJO, C. D. **A moda infantil no século XX:** representações imagéticas na revista globo (1929-67). Diálogos, DHI/PPH/UEM, 14, 399-427. 2010

KODAMA, Kátia Maria Roberto de Oliveira. **A representação imagética da criança nos vários processos históricos sociais e sua identidade ameaçada pela cultura globalizada.** 2010. São Paulo. Disponível em:

<<http://www4.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/15.pdf>>. Acesso em: 10 ago 2013.

LE BIGOT, J. Y. **The economic influence of young people in France...its philosophical implications.** Esomar - children and young people. Viena, 1980. p. 67-86.

LINHARES, Juliana. Saúde: As crianças estão cada vez mais altas. **Veja** São Paulo, nov.2009. Edição 2139. Disponível em <www.veja.abril.com.br/181109/tamanho-documento-p-104.shtml> Acesso em: 15 out. 2013

LILICA **RIPILICA.** Disponível em:
<<http://www.lilicaripilica.com.br/altoverao2014/#/lilica>> Acesso em: 10 dez. 2013.

LURIE, A. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MAESTRI, M; FIAMONCINI, R.L. Perfil antropométrico de crianças na idade de 8 á10 anos. **Revista Digital**. Buenos Aires, jun. 2006. N 97. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd97/antrop.htm>>. Acesso em: 29 set. 2013.

MASQUETTI, Maria Helena. **Parecer psicológico sobre o outdoor da grife Lilica Ripilica – Empresa Marisol S.A.** Disponível em: <<http://www.alana.org.br>>. Acesso em: 05 dez.2013.

MEMORIAL: História Social da Infância. Disponível em:
<<http://portfoliodamonalisa.blogspot.com.br/2012/06/memorial-historia-social-da-infancia.html>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

MENINAS de novela. Disponível em:
<<http://astrallove.uol.com.br/novidades/entrevista-com-ana-karolina-lannes-a-agatha-de-avenida-brasil>> Acesso em: 15 ago. 2013.

MENINAS vestidas de Monster High. Disponível em:
<<http://tvbrinquedos.blogspot.com.br/2014/01/estudio-crie-o-seu-monstro-brinca-com.html>> Acesso em: 15 jan. 2014.

MILAN, Paula. **Moda infantil:** um estudo sobre modelagem, cores e tecido. 2012.132f. Trabalho de Conclusão do Curso (Bacharel em Design de Moda)- Universidade Feevale, Novo Hamburgo.

MIRANDA, Cláudia. **As crianças estão crescendo rápido demais?** Disponível em:
<<http://www.selecoes.com.br/as-criancas-estao-crescendo-rapido-demais#sthah.25nup1ws.dpuf>>. Acesso em: 18 ago. 2013

Moda anos 60. Disponível em:<<http://www.santanostalgia.com/2009/05/vestuario-roupas-dos-anos-60-9.html>> Acesso em: 15 ago. 2013.

Moda anos 60. Disponível em:
<<http://www.oocities.org/athens/olympus/7979/moda.htm>> Acesso em 15 ago. 2013.

Moda anos 90. Disponível em: <<http://www.imaginarium.com.br>> Acesso em: 15 ago. 2013.

MODA infantil. Mundo Mulher. [2013?]. Disponível em:<<http://www.mundomulher.com.br/?pg=17&sec=20&sub=166&idtexto=6053&keys=Moda+Infantil>> Acesso em: 15 dez 2013

MORAES, A. **Agradabilidade, usabilidade e antropometria**. Rio de Janeiro: luser, 2005.

MULLER, V. R. **História de crianças e infâncias**: registros, narrativas e vida privada. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

NEGRI, Barjas. **Saúde da criança**: acompanhamento do crescimento e desenvolvimento infantil. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/crescimento_desenvolvimento.pdf> Acesso em: 20 ago. 2013

NORONHA, Heloisa. "Barbie monstro", Monster High atrai crianças por ser imperfeita. **UOL Mulher**, São Paulo, nov.2013. Disponível em: <mulher.uol.com.br/.../2013/11/.../barbie-monstro-monster-high-atrai> Acesso em: 10 jan.2014.

OLGA (no colo da mãe) com os irmãos. Disponível em: <<http://romanov.blogs.sapo.pt/tag/primeira+guerra+mundial>> Acesso em: 15 ago. 2013

PAIVA, Rebeka Spindola de Almeida. **Contribuição metodológica para a coleta de dados antropométricos visando o mobiliário de informática em escolas públicas para alunos do ensino fundamental**. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2007, Minas Gerais. Disponível em <http://www.fmepro.org/XP/editor/assets/DownloadsEPD/TCC_dez2007_RebekaPaiva.pdf> Acesso em: dez. 2013.

PAPALIA, Diane E.; OLDS, Sally Wendkos. **Desenvolvimento humano**. 7 ed. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

PINTO, Manuel; SARMENTO, Manuel Jacinto. (coord.) **As crianças: contexto e identidades**. Braga: Centro de Estudos da Criança - Universidade do Minho, 1997. p.20-25.

PORTELA, Girlene Lima. **Abordagens teórico-metodológicas**. Pesquisa quantitativa ou qualitativa? 2004 Bahia. Disponível em:
<[http:// www.uefs.br/disciplinas/let318/abordagens_metodologicas.rtf](http://www.uefs.br/disciplinas/let318/abordagens_metodologicas.rtf)> Acesso em: 20 ago. 2013

POSTMAN, N. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

ROSA, L. da; MORAES, A. **A indústria de confecção do vestuário e o uso ergonomia**. Disponível em Anais [do] 4º Colóquio de Moda [CD-ROM]. Novo Hamburgo – RS. 2008

REBELO, Francisco. **Ergonomia no dia a dia**. Edições Silabo Ltda. Lisboa, Portugal. 2004.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: Udesc, 2002. 133 p. Disponível em: <www.sebrae.com.br/setor/textil-e.../o-setor/moda/.../BIA_18447> Acesso em: 25 maio 2012.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

RIGO, Najla da Silva. **Ergonomia aplicada ao projeto de produtos para o vestuário infantil**. 2009.76f. Trabalho de Conclusão do Curso (Bacharel em Design de Moda e Tecnologia). Universidade Feevale, Novo Hamburgo.

SARAT, M. (org.) **O surgimento do conceito de infância:** do Renascimento à modernidade. In: _____Fundamentos Filosóficos da Educação Infantil. Maringá: EDUEM, 2005.

SARMENTO, M.J. **As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade.** Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2003.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada; SANTOS, Cristiane de Souza dos; DINIS, Patrícia Martins. **Estabelecendo uma metodologia para medição do corpo humano.** Disponível em Anais [do] 4º Colóquio de Moda [CD-ROM]. Novo Hamburgo – RS. 2008

SAGRADA família representada em ambiente popular típico do fim da Idade Media, em Flandres. Disponível em: <http://www.pliniocorreadeoliveira.info/DIS_SD_660601_As_Estirpes_nas_origens_da_Idade_Media.htm>. Acesso em: 15 ago. 2013.

SEMANA da criança - roupa infantil e moda. Disponível em: <http://bolshaia.blogspot.com.br/2011_10_10_archive.html> Acesso em 15 jan. 2014.

SINDILOJAS BH. **Etiqueta de roupa infantil terá que indicar medidas da criança.** Disponível em: <<http://www.sindilojasbh.com.br/noticias/686/etiqueta-de-roupainfantil-ter%C3%A1-que-indicar-medidas-da-crian%C3%A7a.aspx>>. Acesso em: 3 nov. 2013

SIMON, M. **La mode enfantine, les carnets de la Mode.** Paris: Edition du Chene-Hachette Livre. 1999.

SCHOR, J. B. **Nascidos para comprar**: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo. São Paulo: Gente, 2009.

TAMBINI, Michael. **O design do século**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1999.

Tela Les enfants Habert de Montmor, pintada por Philippe de Champaigne.

Disponível em:

<<http://www.finearchina.com/oil%20painting%20artist/Philippe%20de%20Champaigne.html>> Acesso em: 15 ago. 2013.

TEMPO e lugares. Disponível em: <<http://tempos-e-lugares.blogspot.com.br/2011/07/portugueses-na-italia.html>> Acesso: em 15 ago. 2013.

TERNO executivo: mais de 300 anos de História. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/blogs/lula/posts/2008/09/06/terno-executivo-mais-de-300-anos-de-historia-117250.asp>> Acesso em: 15 ago. 2013

TIPOS de corpos. Disponível em: <Corpusano.blogspot.com> Acesso em: 15 ago. 2013.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda**. São Paulo: Empório do Livro, 2003. 212 p

Vaz, Renata Poskus. **Escolha adequada da roupa pode elevar a autoestima das crianças gordinhas.** Blog Mulherão, jan. 2010. Disponível em:

<<https://mulherao.wordpress.com/2010/01/20/escolha-adequada-da-roupa-pode-elevar-a-autoestima-das-criancas-gordinhas/>> Acesso em: 20 jan. 2014.

VESTIDOS com estampas psicodélicas e calças boca de sino para as crianças.

Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/>> Acesso em: 15 ago. 2013.

XOU da Xuxa. Disponível em: <deiasembalsamadas.blogspot.com.br/2012/01/programas-infantis-dos-anos-8090.html> Acesso em: 15 ago. 2013.

XOU da Xuxa. Disponível em:<http://modadetv.com.br/programas/xuxa-50-anos-looks-que-marcaram-epoca/> Acesso em: 15 ago. 2013.

WAKSMAN, Renata; HARADA, Maria de Jesus. **Escolha de brinquedos seguros e o desenvolvimento infantil.** Ver. Paul pediatria, 2005; 23 (1); 36-48.

APÊNDICE

UNESC – Questionário – Trabalho Pós Graduação

Eu, Tatiana Anselmo Ferreira Zanatta, aluna do curso de Modelagem do Vestuário Da Unesc, estou realizando uma pesquisa com o objetivo de levantar dados que demonstre a dificuldade que os pais encontram na hora de comprar roupas para suas filhas de 8 a 12 anos, solicito a gentileza de responder o questionário abaixo. Contamos com a sua colaboração. Desde já obrigada.

1) Qual o seu grau de escolaridade?

☐ fundamental ☐ médio ☐ graduação ☐ especialização ☐ outro

2) Qual a idade de sua filha?

☐ 8 anos ☐ 9 anos ☐ 10 anos ☐ 11 anos ☐ 12anos

3) Qual a altura de sua filha?

☐ 1.30 ☐ 1.40 ☐ 1.50 ☐ 1.60 ☐ 1.70 ☐ outros

4) Qual o peso de sua filha?

☐ 30kg ☐ 40kg ☐ 50kg ☐ 60kg ☐ outros

5) Qual o tamanho do manequim de sua filha?

☐ 8 ☐ 10 ☐ 12 ☐ 14 ☐ 16 ☐ outros.

Qual: _____

6) Qual a periodicidade que você compra roupa para sua filha?

☐ mensalmente ☐ semestralmente ☐ sempre que precisa ☐ outros.

Cite: _____

7) Que tipos de roupas mais adquire para sua filha?

☐ dia a dia ☐ esporte ☐ festa ☐ dormir ☐ outros.

Cite: _____

8) Quais as dificuldades ao buscar por uma roupa para sua filha?

☐ tamanho ☐ modelo ☐ modelagem ☐ outros.

Cite: _____

9) Em sua opinião há muita diferença entre os tamanhos encontrados no mercado?

☐ sim ☐ não

10) O que você faz para sanar o problema de não encontrar roupas adequadas para sua filha?

- ☐ apela para costureira
- ☐ busca por tamanhos maiores e manda reformar
- ☐ busca por marcas que tenham peças adequadas
- ☐ outro. Cite _____

11) Cite marcas em que encontra tamanhos ideais para sua filha:
